



بحثٌ لنيل دبلوم الماستر في القانون الخاص

بعنوان:



جريمة الإشهار المضلل

دراسة في مقتضيات الفصل العاشر من قانون زجر الغش في البضائع

من إنجاز الطالب:

- محمد الوردي

تحت إشراف:

الدكتور أبو بكر مهم

لجنة المناقشة

- الدكتور أبو بكر مهم .... رئيسا
- الدكتورة خدوج فلاح .... عضوا
- الدكتور بلال العشري .... عضوا

السنة الجامعية: 2009-2010

بسم الله الرحمن الرحيم

(وقال رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن أعمل صالحا ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين)

سورة النمل الآية-19

(نرفع درجات من نشاء وفوق كل ذي علم عليم)

سورة يوسف الآية-76

صدق الله العظيم

إهـداء

إلـى:

مـن بـذلوا عمـرهم كفاحـا ليفتحـوا لـي أبـواب المسـتقبل، والـدي الفاضلين حفظهما الله وأطال عمرهما؛

بسم الله الرحمان الرحيم

﴿ وقضـى ربـك ألا تعبـدوا إلا إيـاه وبالوالـدين إحسـانا، إمـا أن يـبلغن عنـدك الكبـر أحـدهما أو كلاهمـا فـلا تقـل لهمـا أف ولا تنهرهمـا، وقـل لهمـا قـولا كريمـا، واُحفـض لهمـا جنـاح الـذل مـن الرحمـة، وقـل رب اُرحمهمـا كمـا ربياني صغيرا﴾

سورة الإسراء : الآية– 23

الأخوة؛

لقولـه صـلى الله عليـه وسـلم ﴿بـر أمـك وأبـاك وأختـك وأخـاك، ثـم أدناك فأدناك﴾

كل من علمني حرفا؛

وهم كل من عرفت.

أستاذي الجليل أبو بكر مهم على سعة صدره وحسن تأطيره؛

كل من أعطاني الدعم والرغبة في الاجتهاد؛

وهم الأصدقاء.

إلى هؤلاء جميعا أهدي هذا العمل.

الباحث

شكر خاص

إلى أستاذي الدكتور أبو بكر مهم

إعترافـــا منـــي بتـــأطيركم الجيـــد، و توجيهـــاتكم الصـــائبة، و إرشـــاداتكم النيـــرة، وســـعة صـــدركم، أتقـــدم بأســـمى آيـــات الشـــكر و الامتنـــان مشـــفوعة بعظـــيم القـــدر و الاحتـــرام، وذلـــك لمـــا أســـديتموه لـــي مـــن جهـــد فـــي ســـبيل مســـاعدتي وتـــوجيهي بصـــدر رحـــب و بطيبوبـــة معهـــودة ظلت تلازمكم على مدار سنوات التكوين.

كمـــا لايفـــوتني أن أتقـــدم كـــذلك بالشـــكر الجزيـــل لأســـاتذة لجنـــة المناقشـــة الـــذين لـــم يبخلـــوا عنـــا بـــوقتهم مـــن أجل تقييم هذا البحث.

مقدمة

لا تخفى على أحد الأهمية الكبيرة التي يكتسيها الإشهار التجاري في عصرنا هذا على مختلف أنواعه و أشكاله و طرق تبليغه، سواء عبر وسائل الاتصال المرئية و المكتوبة و المسموعة، فهو يعتبر أحد الأنشطة الرئيسية في مجال تسويق السلع والخدمات للعديد من المشروعات.

ذلك أن تزايد المنافسة ما بين المهنيين أدى إلى اعتماد المشروعات على الإعلان كوسيلة للتأثير في المستهلكين لتفضيل منتجات مشروع معين عن آخر و ترويج سلعة لم يكن لدى المستهلكين علم بها[1].

[1] - للمزيد من التفصيل أنظر: **عبد الفضيل محمد أحمد،** الإعلان عن المنتجات و الخدمات من الوجهة القانونية، المطبعة العربية الحديثة، القاهرة 1991، ص 5؛ **الصحن محمد فريد،** الإعلان، الدار الجامعية للنشر، بيروت، 1998؛ **راشد أحمد عادل،** الإعلان، دار النهضة العربية للطباعة و النشر، بيروت 1981؛ **العلاق بشير عباس،** الترويج و الإعلان، الطبعة الأولى، دار اليازوري العلمية للنشر، عمان،1998، **البودالي محمد** ، حماية المستهلك في القانون المقارن- دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديثة، القاهرة، 2006؛ و راجع أيضا:

- **Boléat Alain**, la publicité mensongère depuis la loi du 27 décembre 1973 , Thèse pour le doctorat de 3ème cycle de droit économique. Université d'Orléans. Faculté de droit et des sciences économiques,1978, P :2 ; **Baille (S)**, le délit de publicité mensongère de la loi d'origine à la loi nouvelle du 27 XII 1973, Thèse pour le doctorat de 3ème cycle de droit économique, Université Toulouse, 1974; **Bordes-Sue**, la publicité mensongère, Thése pour le doctorat de 3ème cycle de droit économique, Université Bordeaux I, 1974.

ولقد أدى ذلك إلى تزايد استخدام النشاط الإشهاري كأداة مؤثرة في نجاح الكثير من المشروعات نتيجة لظهور الإنتاج الكبير الحجم، و بالتالي زيادة المعروض من السلع و الخدمات عن الطلب عليها، ذلك بالإضافة إلى توزيع الأسواق التي تخدمها المشروعات و اتساعها.

و لفظ الإشهار[2] في اللغة العربية مأخوذ من كلمة الشهرة، التي تعني وضوح الأمر[3]، و في اللغة الفرنسية فلفظ Publicité مشتق من الكلمة اللاتينية Publicare التي تعني تعميم الشيء، أي إعطائه صبغة العموم و تعريفه لدى الجميع.

و يعرفه قاموس Le Robert micro الإشهار بأنه " الفن الذي يستخدم لممارسة التأثير على العموم لتحقيق أهداف تجارية"[4].

أما قاموس Larouse فيعرفه بأنه: "مجموعة من الوسائل المستعملة من أجل التعريف بمشروع صناعي أو تجاري بهدف امتداح منتوج ما"[5].

---

[2]- أو لفظ الإعلان الذي يعني في اللغة العربية: أعلن، يعلن، إعلانا، يعني أظهر و أشهر و جهر: و مصدره العلانية، بمعنى الإظهار أو الإشهار أو الجهر. و الإعلان بالمعنى اللغوي هو الإظهار أو الإشهار و الجهر بالشيء أو الأمر، بإحدى الوسائل المعمول بها في المجتمع.

حول هذه النقطة راجع: **الزبيدي محمد مصطفى**، تاج العروس من جواهر القاموس، نشر دار مكتبة الحياة بيروت، ص: 380؛ - **العيساوي أحمد**، الإعلان من منظور إسلامي، الطبعة الأولى، سلسلة كتاب الأمة، قطر، 1999، ص: 42

[3]- الشهرة وضوح الأمر، وقد شهره يشهره شهرا أو شهرة فاشتهر و شهره تشهيرا و اشتهره فاستشهر قال: أحب الواديين، و أنني لمشتهر بالواديين غريب.- **ابن منظور**، معجم لسان العرب، الجزء الثالث، نشر دار صادر، بيروت 1997

[4] - « la publicité c'est le fait, l'art d'exercer une action psychologique sur le public à des fins commerciales ».

و من الناحية القانونية فإن التوجيه الأوروبي ل12 دجنبر 2006 الخاص بالإشهار المضلل و المقارن، يعرفه بأنه: " كل وسيلة اتصال تستخدم في إطار نشاط تجاري أو صناعي أو حرفي أو حر يكون الهدف منه زيادة التزويد بالسلع و الخدمات، بما في ذلك الأموال العقارية و الحقوق و الالتزامات"[6].

و يعتبر القضاء الفرنسي بمثابة إشهار: "كل الوسائل التي تمكن المستهلك من الإلمام بخصائص السلع أو الخدمات المعروضة عليه"[7].

و يعرفه Aaker et Mayers بأنه: " وسيلة اتصال، يرجى منه الوصول إلى تحقيق مصالح معينة تعود بالنفع على المعلن، الذي يقوم بدفع الأموال إلى وسائل الإعلام من أجل نشر رسالته الخاصة، التي تم إعدادها و تهيئتها من طرف الوكالات المتخصصة في الدعاية التجارية"[8].

---

5 - « La publicité c’est un ensemble des moyens employés pour faire connaître une entreprise industrielle ou commerciale, pour vanter un produit ». “Larousse”, Tome 3, Librairie Larousse, Paris 1966, p: 350.

6- "Publicité", toute forme de communication faite dans le cadre d’une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale dans le but de promouvoir la fourniture de biens ou de services, y compris les biens immeubles, les droits et les obligations.(Alinéa 1 d’article 2 de directive 2006/114/CE du parlement européen et du conseil du 12 décembre 2006). « journal officiel de l’Union européenne N° L327 du 27/12/2006, p: 21

7 - Cassation, 14 octobre 1998, Recueil Dalloz, inf. rap, 1999, p :7

8 - **Aakr. David et G. John Myers**, Advertising Management, Prentice-Hall, 1989.

P :11

و في التشريع المغربي فإن تعريف الإشهار ورد في المادة الثانية من قانون الاتصال السمعي البصري[9]، التي تنص على أنه : " يعتبر إشهارا : أي شكل من أشكال الخطابات المذاعة أو المتلفزة و لاسيما بواسطة صور أو رسوم أو أشكال من الخطابات التي يتم بثها بمقابل مالي أو بغيره، الموجه لإخبار الجمهور أو لاجتذاب اهتمامه إما بهدف الترويج للتزويد بسلع أو خدمات، بما فيها تلك المقدمة بتسمية فئتها، في إطار نشاط تجاري أو صناعي أو تقليدي أو فلاحي أو مهنة حرة و إما للقيام بالترويج التجاري لمقاولة عامة أو خاصة...".

و من خلال هذه التعاريف، يمكن القول بأن الإشهار هو وسيلة اتصال من خلالها يمرر المعلن رسالته الإشهارية مقابل مبلغ مالي أو بدونه من أجل اجتذاب الجمهور، و التأثير عليهم لتصريف منتجاته أو خدماته[10].

و لقد استعمل هذا اللفظ في القرن السابع عشر، للدلالة على مصطلح قانوني هو إشهار الجلسات (Publicité des débats).

[9]- قانون رقم 77.03 المتعلق بالاتصال السمعي البصري الصادر بتاريخ 7 يناير 2005،(منشور بالجريدة الرسمية عدد 5288 بتاريخ 3 فبراير 2005).

[10]- و ذلك على خلاف الالتزام بالإعلام الذي ليس الهدف منه التأثير على رضا المستهلك من أجل الإقبال على خدمة أو منتوج ما، بقدر ما هو التزام يفرضه المشرع من أجل تنوير إرادة المتعاقد الآخر، وذلك لجعله على بينة و اختيار بما هو مقدم على التعاقد بشأنه. حول تمييز الإشهار عن الالتزام بالإعلام، راجع: **منير مهدي،** المفهوم القانوني للإعلانات التجارية، مجلة القانون الاقتصادي، العدد الأول، دجنبر 2007، ص:39.

و يعتبر أول إشهار ظهر في العصر الحديث ذلك الإشهار الذي نشر في الصحف البريطانية عن كتاب في 1 فبراير 1625م، حيث كان يطلق على الإعلانات في ذلك الوقت اسم (نصائح)، وكانت تتناول الكتب والأدوية و الشاي و البن و الشكولاتة و الأشياء المفقودة... إلا أن الاستخدام الإعلاني لفن الإشهار بدأ في بريطانيا منذ سنة 1655م[11].

و قد ظهرت هذه التقنية، في الأوساط الاقتصادية بأوروبا تحديدا، منذ القرن التاسع عشر، الذي شهد تطورا صناعيا و ازدهارا في الإنتاج، فأصبح السوق الذي يضم فئة غير محدودة من الجمهور من أهم العناصر التي تحدد مفهوم الإشهار الذي يمكن تقسيمه إلى نوعين:

- الإشهار الخاص الذي يمارسه المحترف، سواء كان تاجرا أو صانعا أو حرفيا، بهدف عرض المنتوج أو الخدمة.
- الإشهار المشترك الذي تستعمله المقاولات المتخصصة في إنتاج نفس النوع من السلع أو الخدمات، بشكل جماعي[12].

هذا و يتكون الإشهار من ثلاثة عناصر: الاتصال (communication)، الرسالة(Message)، و العلاقة ما بين شخصين قانونيين.

---

[11] – العيساوي أحمد، م.س، ص:3

[12] – **منير مهدي**، المظاهر القانونية لحماية المستهلك، أطروحة لنيل الدكتوراه في القانون الخاص، وحدة البحث والتكوين، قانون الأعمال، جامعة محمد الأول، وجدة، السنة الجامعية 2004/2005، ص: 230

فبالنسبة للعنصر الأول وهو الاتصال: فباعتبار الإشهار وسيلة من وسائل الاتصال، فإن له موقعا محددا في الزمن يتمثل في المرحلة السابقة عن التعاقد[13]، و يتم عبر طرق متعددة، يمكن تقسيمها إلى نوعين:

النوع الأول: طرق الإشهار التقليدية، كأجهزة الاتصال السمعية البصرية و الصحافة المكتوبة التي تعد بمثابة ركائز إشهارية يتم بها إجراء الاتصال لتحقيق الأهداف الاقتصادية.

النوع الثاني: طرق الإشهار العرضية، كتجهيز السلع و البضائع، أي وضع المنتوج في شكل مادي يسمح بعرضه في أحسن صورة لاستعماله في الغرض المعد له بكل سهولة.

وبالنسبة للعنصر الثاني المتمثل في الرسالة: فلتحديد بعض الخصوصيات الأساسية للإشهار الذي يوجه للجمهور يتطلب من المعلن التركيز على شكل الرسالة[14]، و مضمونها الذي يتعين أن يكون حقيقيا أساسه الصدق و الأمانة، بمعنى أن يكون خاليا من أية إشارة أو عبارة من شأنها الإضرار بالغير.

[13] – يعتبر ذ. مياد العربي الإشهار بمثابة شكل من أشكال الإيجاب في عقود الإذعان الموجه للعموم وليس دعوة للتعاقد، ويترتب على ذلك أن البيانات المتضمنة في الإشهار عند صدور القبول من المشتري تصبح ملزمة للمهني و بالتالي يمكن مساءلته عند خلو البضاعة أو الخدمة منها. – **مياد العربي**، "إشكالية التراضي في عقود الإذعان"، أطروحة لنيل دكتوراه الدولة في القانون الخاص، جامعة محمد الخامس، كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية ، أكدال، الرباط، 2000/2001، ص: 286،287.

[14] – يتحدد شكل الرسالة الإشهارية من خلال الجهاز الذي يتم بواسطته بث الإشهار، مثل البرامج التلفزيونية التي تصور المظهر الخارجي للسلع و الخدمات، أو المذياع الذي تتخذ فيه الرسالة الإشهارية شكلا شفاهيا، أو في شكل رسم أو شريط مصور...

أمـــا بالنســـبة للعنصــــر الثالــــث و الأخيـــر فإنـــه يتمحـــور حـــول الـــربط مـــا بـــين شخصـــين قـــانونيين: فباعتبـــار الإشـــهار وســـيلة شخصـــية لتقـــديم الســـلع أو الخـــدمات، فإنـــه يـــتم عرضـــه بواســـطة جهـــة معلومـــة (وهـــو المعلـــن الـــذي يتمتـــع بصـــفة المهنـــي[15])، إلـــى جهـــة غيـــر معروفـــة (و يسميها المتخصصون في مجال الإعلام "cible" و هو الجمهور).

فـــالمعلن[16]: هـــو كـــل مهنـــي أو تـــاجر أو محتـــرف أو صـــانع يهـــتم بالإشـــهار للتعريـــف بمنتجاتـــه أو خدماتـــه التـــي يعرضـــها للاســـتهلاك فـــي السوق الاقتصادية، للرفع من مكانته بين المنافسين.

أمـــا الجمهـــور: فهـــو الفئـــة الموجـــه إليهـــا الإشـــهار، أي الزبـــون المحتمـــل أو المســـتهلك[17] الـــذي يســـعى إلـــى اســـتقطابه، وعلـــى ذلـــك فقـــد يكون الجمهور عاما أو فئويا.

---

[15] – يعرف التوجيه الأوروبي ل12 دجنبر 2006 الخاص بالإشهار المضلل و المقارن المهني (Professionnel): كل شخص طبيعي أو معنوي يتصرف في الطلبات التي تدخل في إطار نشاطه التجاري، الصناعي، الفني، و الأنشطة الحرة، كما يقصد به كل شخص يتصرف باسم و لحساب المهني.

[16]– في تعريف المعلن أنظر تفصيلا: **الزقرد أحمد سعيد**، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة و المضللة، دار الجامعية الجديدة، 2007، ص: 127 ومايليها؛ و أنظر كذلك **منير مهدي**، م.س، ص 248 وما بعدها ؛ و راجع أيضا **العروصي محمد**، الحماية الجنائية من الإعلانات التجارية الخادعة، المجلة المغربية لقانون الأعمال و المقاولات، عدد 7، يناير 2005، ص:19-18؛ **عكروت سمير**، الإشهار التجاري و حماية المستهلك، مجلة القضاء و التشريع، تونس، العدد 8، أكتوبر 2005، ص:157-158؛

N'Guyen thanh Bourgeais et Revel, la responsabilité du fabricant en cas de violation de l'obligation de renseigner le consommateur sur les dangers de la chose vendue, JCP 1975, doctrine n° 2679, p:11.

[17] – اختلف الفقه حول تعريف المستهلك أمام غياب تعريف قانوني في التشريع المغربي و الفرنسي، وتحدث الفقه عن تعريفين للمستهلك، أحدهما ضيق، و الآخر موسع.

و بطبيعة الحال لم يكن للإشهار أن يكتسي هذه الأهمية لولا الوظائف التي يقوم بها في مجال الترويج للسلع، و لذلك فإن هذه الوظائف تتنوع بتنوع أطراف العلاقة التجارية و المهنية المتمثلة في الثلاثي: المنتج، الموزع، المستهلك. و ذلك على الشكل التالي:

- وظائف الإشهار بالنسبة للمنتج:

بعدما انتقلت المنافسة بين المنتجين أو المهنيين من إطار المنافسة بين المنتجات إلى المنافسة حول الأسواق أصبح للإعلان أهميته البالغة في الترويج للسلع و الخدمات حتى تجد لها مكانا بين

و التعريف الضيق هو الاتجاه الأكثر شيوعا، ويقصد به: "كل شخص يتعاقد بقصد إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية، وبالتالي لا يكتسب صفة المستهلك من يتعاقد لأغراض مهنته أو مشروعه". وعرفت لجنة صياغة قانون الاستهلاك الفرنسي، المستهلكين بأنهم: "الأشخاص الذاتيين أو المعنويين الذين يحصلون أو يستعملون السلع أو الخدمات للاستعمال المهني، أما المفهوم الواسع للمستهلك فيشمل أكبر عدد من الأشخاص لكي يستفيدوا من الطابع الحمائي لقواعد قانون الاستهلاك، و حسب هذا الاتجاه فإن المستهلك هو : "كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك"، وتمتد الحماية وفق هذا التعريف إلى المهني الذي يتعاقد خارج نطاق تخصصه.

حول ذلك راجع: **منير مهدي**، المظاهر القانونية لحماية المستهلك، م.س، ص: 24 و ما يليها؛ **السيد عمران السيد محمد**، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، طبعة 1986، ص: 8؛ و راجع كذلك **أبران أحمد**، حماية رضا المستهلك في ضوء القواعد العامة و الخاصة، رسالة لنيل دبلوم الدراسات العليا المعمقة في قانون الأعمال،جامعة محمد الأول، كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية وجدة، 2000.ص 6 وما بعدها، و أنظر أيضا **قريوح عمر**، الحماية القانونية لمستهلكي السلع و الخدمات، رسالة لنيل دبلوم الدراسات العليا المعمقة في قانون الأعمال،جامعة محمد الأول، كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية وجدة، 2000/1999؛ **أبو طه خالد توفيق**، حماية المستهلك في العقود الالكترونية، رسالة لنيل دبلوم الدراسات العليا المعمقة في القانون الخاص، جامعة محمد الأول،كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية وجدة،2008/2007، ص: 14 و مايليها؛ و راجع أيضا: **دنيا مباركة**، الحماية القانونية لرضا مستهلكي السلع و الخدمات، المجلة المغربية للاقتصاد والقانون، وجدة 2001، ص:46 ومايليها. و أنظر:

Calais Auloy Jean, Droit de la consommation, quatrième édition, Dalloz, Paris 1996, p5-6

بـــاقي المعروضـــات فـــي الأســـواق، و مـــن تـــم اســـتيلاب إرادة المســـتهلك وجعله مشدودا إلى منتوج دون غيره[18].

و لاشـــك أن الإعـــلان وســـيلة مســـاهمة فـــي عمليـــة المنافســـة، إذ يعتمـــد عليـــه المنـــتج لاســـتقطاب أكبـــر عـــدد ممكـــن مـــن الزبنـــاء داخـــل السوق[19] من أجل تصريف منتجاته و خدماته.

- وظائف الإشهار بالنسبة للجمهور:

الإشـــهار يفـــرض نفســـه علـــى المـــرء دون اســـتئذان، إذ يصـــادفه أثنـــاء مشـــاهدته لتلفـــاز أو قراءتـــه للمجـــلات و الجرائـــد أو الكتـــب أو عنـــد تصـــفح الإنترنـــت... ومـــع ذلـــك فهـــو يســـاعد المســـتهلك علـــى معرفـــة المنتوجـــات أو الخـــدمات المعروضـــة فـــي الأســـواق و توضـــح لـــه المزايـــا المتوفرة فيها كما ترشده إلى كيفية استعمالها[20].

- وظائف الإشهار بالنسبة للموزع:

المـــوزع هـــو العنصـــر الثالـــث فـــي العلاقـــة الإنتاجيـــة إلـــى جانـــب المنـــتج و المســـتهلك، لـــذا فقـــد يظهـــر فـــي صـــورة تـــاجر الجملـــة أو بالتقســـيط، وكيـــل بالعمولـــة، وكيـــل تجـــاري ، أو مجـــرد عامـــل تربطـــه علاقـــة تبعيـــة بـــالمنتج، و بالنتيجـــة فـــإن اســـتفادة المـــوزع ســـتكون مباشـــرة بـــالنظر إلـــى مـــا يحققـــه مـــن أربـــاح أو عمـــولات ثابتـــة، لا ســـيما إذا كانـــت

[18] - حول وظائف الإعلان بالنسبة للمنتج، أنظر : **الصحن محمد فريد**، م.س، ص:102؛ بشير عباس العلاق، م.س،172

[19] - **الفارسي مفيد**، حرية الأسعار و المنافسة في التشريع المغربي، رسالة لنيل دبلوم الدراسات العليا في القانون الخاص، جامعة محمد الأول بوجدة، السنة الجامعية 2002/2001، ص: 52

[20]- **بن بوخميس علي بولحية**، القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى عين مليلية- الجزائر، 2000، ص:54.

الأســاليب المســتعملة فــي الإعــلان مقنعــة و قــادرة علــى اجتــذاب نســبة كبيرة من المتعاقدين[21].

إلا أن الإشـــــهار التجـــاري بوســـائله المتعـــددة و إغراءاتـــه المتنوعــة قــد يحمــل فــي طياتــه نوعــا مــن التــدليس و التحايــل علــى المســتهلك، فــي غيــاب معــايير موضــوعية و قواعــد قانونيــة تفــرض احتــرام هــذه المعــايير[22]، وعقوبــات زجريــة يخضــع لهــا كــل مخــالف لهــذه القواعــد القانونيــة، خاصــة عنــدما يخــرج هــذا النــوع مــن الإشــهار عــن إطــار التعريــف بــالمنتوج و بمواصــفاته و أثمنتــه الحقيقيــة بقصــد مخادعــة المستهلك و جلبه بطريقة كاذبة و تدليسية.

وهــذا مــا دفــع العديــد مــن الــدول لســن قــوانين تــنظم بمقتضــاها هــذه العمليــة[23]، حفاظــا علــى مصــالح المســتهلك و أخلاقيــات المهنــة، حتــى يقــوم الإشــهار بالــدور المنــوط بــه فــي تنشــيط الــدورة الاقتصــادية العامــة و الرفــع مــن مســتوى التنافســية الشــريفة حمايــة للمســتهلك مــن كــل أشكال التغليط.

و هــو الأمــر الــذي ســار عليــه المغــرب باعتبــاره مــن الــدول التــي تحــرص علــى ضــرورة الالتــزام بمبــادئ الصــدق و الأمانــة فــي المعــاملات

[21] – **مياد العربي**، "م.س"، ص:285

[22] - **موالك بختة** ، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية و السياسية، العدد 2، 1999، ص: 24،23

[23] – من ذلك قانون الاستهلاك الفرنسي رقم 949-93 ل 26 يوليوز 1993؛ قانون الاستهلاك التونسي عدد 117 ل 7 دجنبر 1992؛ قانون الاستهلاك المصري رقم 67 ل 19 ماي 2008؛ قانون الاستهلاك السوري رقم 2 ل 6 مارس 2008...

التجارية التزاما بقواعد الشريعة الإسلامية[24]، و على هذا الأساس تم إصدار القانون رقم 13.83 المتعلق بالزجر عن الغش في البضائع الصادر بتاريخ 5 أكتوبر 1984[25] الذي يضم مقتضيات تسعى إلى توفير الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار المضلل، و في نفس الإطار هناك مشروع قانون مازال قيد الدراسة و المناقشة، والأمر يتعلق بمشروع القانون رقم 31.08 المتعلق بتحديد تدابير لحماية المستهلكين، الذي تضمن مقتضيات جديدة في مجال الإشهار المضلل، تركز بالأساس على ضرورة التعبئة من أجل خلق مناخ ملائم للمعاملات التجارية، ذلك أن التطور الذي تشهده السوق الاقتصادية و ما تعرفه من أساليب الترويج للمنتجات و الخدمات و الآثار التي قد تترتب عن الاستعمال غير السليم لتلك التقنيات أو

---

24 – في حماية المستهلك من الإعلانات الكاذبة يقول الشرنباصي: "يحرم على التاجر أن يثني على السلعة و يصفها بما ليس فيها فإن فعل ذلك فهو غش و ظلم مع كونه كذبا. لأن الإنسان محاسب على كل كلمة تصدر منه لقوله تعالى ((ما يلفظ من قول إلا لديه رقيب عتيد)) إلا أن يثني على السلعة بما فيها مما لا يعرفه المشتري ما لم يذكره. كما يصف ما خفر من أوصاف الدابة فلا بأس بذكر القدر الموجود منه من غير مبالغة و إطناب و لكن قصده منه أن يعرفه أخوه المسلم فيرغب فيه و تنقضي بسببه حاجته و لا ينبغي أن يحلف عليه، فإنه إن كان كاذبا فقد جاء باليمين الغموس وهي من الكبائر التي تذر الديار بلاقع و إن كان صادقا فقد جعل الله تعالى عرضة لإيمانه و قد أساء إذ الدنيا أبخس من أن يقصد ترويجها بذكر الله تعالى من غير ضرورة. فقد ورد في الخبر أن النبي صلى الله عليه و سلم قال: ((إن اليمين الكاذبة و منفقة للسلعة ممحقة للمكسب)).–رواه البخاري و مسلم، مأخوذ عن الترغيب و الترهيب، الجزء الثالث،ص:250–، و قد روى أبو هريرة رضي الله عنه ((ثلاثة لا ينظر إليهم يوم القيامة: غني مستكبر و منان بعبطته و منفق سلعة بيمينه)).–أخرجه مسلم مأخوذ عن تيسير الوصول،الجزء الثالث، ص:270–. و إذا كان الثناء على السلعة مع الصدق مكروها من حيث أنه فضول لا يزيد في الرزق فلا يخفى التغليظ في أمر اليمين.

– **الشرنباصي رمضان علي السيد،** حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، مطبعة الأمانة، بيروت،1404هـ، ص:175 و مايليها.

25 - ظهير شريف رقم 1.83.108 بتنفيذ القانون رقم 13.83، المتعلق بزجر الغش في البضائع ، منشور بالجريدة الرسمية عدد 377 بتاريخ 20 مارس 1985، الصفحة : 395

الأساليب، طرح العديد من علامات الاستفهام حول دور النصوص القانونية في تأطير تلك الممارسات.

ولعل ما دفعنا إلى الاهتمام بموضوع الحماية الجنائية من الإشهار المضلل ذلك أن:

- غياب دراسات و أبحاث مختصة و مستفيضة ترتبط بالحماية الجنائية من الإشهار المضلل بالمغرب –وفق البحث الذي قمنا به–[26]، إذ أن مجمل الدراسات نجدها تتناول حماية المستهلك عموما دون الخوض في غمار البحث عن الحماية الجنائية للإشهار المضلل. و لذلك تأتي هذه المحاولة لسد هذا النقص للإلمام، و كبادرة لفتح باب النقاش حول هذا الموضوع الهام، لإيلائه الاهتمام الذي يستحقه.
- هذا الموضوع يعتبر من وجهة نظرنا إشكالية حقيقية لا يمكن نفيها، لاسيما مع ظهور بعض الممارسات و التصرفات من جانب المحترف أو المهني الذي لا يفكر إلا في تحقيق الربح من أجل اكتساب الهيمنة الاقتصادية[27]، دون أن يأخذ بعين الاعتبار مصلحة

[26] – تجدر الإشارة إلى أن هناك رسالة نوقشت حول حماية المستهلك من الإشهار الكاذب في القانون المغربي لعبد الرحيم بنضراوي، غير أنها لم تتناول الحماية المقررة في قانون زجر الغش في البضائع، بحيث تم إنجازها في 1980 أي قبل صدور القانون المذكور.

[27] – حول ظاهرة تغلب هاجس الربح على بعض الأشخاص وذلك على حساب المثل الأخلاقية، يقول ذ. محمد الكشبور: "لقد لوحظ في العقود الأخيرة من هذا القرن أن الإنسان قد غلبت عليه النزعة المادية الصرفة. ففي إطار هذه العلاقات، فهو كثيرا ما

المستهلك في الحصول على السلع التي تستجيب لرغباته، سواء من حيث الجودة أو الثمن الذي يجب أن يتوافق مع قدراته الشرائية. أو قد لا تتوفر على العناصر المعلن عنها في المنتوج أو الخدمة.

هذا و الحماية الجنائية ذات أهمية بالغة في تخليق السوق و في ضمان مصالح المستهلك[28] المتعاقد و غيره ممن لم يصل بعد إلى مرحلة التعاقد[29]، وذلك من خلال الدور الذي تقوم به العقوبة الجنائية في إعادة الثقة في نفوس الكافة في استمرار قدرة الدولة على

يجنح إلى تكديس الثروات متبرما من كل المثل الأخلاقية التي توصي بالصدق و التسامح و تستهجن العنف و الاستغلال و النصب ونقض العهود والمواثيق...

فالتاجر و الصانع لم يعد يكتفي بالربح العادل، وصاحب العمل لا يتورع أحيانا من امتصاص دماء عماله مقابل أجر لا يسمن و لا يغني من جوع...

وفي هذا الخضم بدأت الأصوات تتعالى لكي تندد بهذه الأوضاع التي تأتي ضدا عن المثل العليا التي يؤمن بها المجتمع بل و بدأت الأصوات تتكتل في جمعيات متخصصة تهدف إلى التصدي لهذه الأنماط من السلوك الفاسد". **الكشبور محمد**، تقديم الندوة التي نظمتها كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية بالدار البيضاء حول موضوع "القانون و الأخلاق"، منشور بالمجلة المغربية لقانون و اقتصاد التنمية، عدد 2002/46، ص 10 و 11.

28 - **شعيبي محمد**، " الحماية القضائية للمستهلك في مادة زجر الغش في البضائع- محاكم الدار البيضاء نموذجا-"، مجلة القانون و الاقتصاد، أشغال ندوة حماية المستهلك بالمغرب، جامعة سيدي محمد بن عبد الله كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية، فاس، العدد العاشر.

29 - وذلك على خلاف القواعد العامة في التشريعات المدنية التي توفر فقط الحماية للمستهلك المتعاقد، بحيث تمنحه إمكانية اللجوء إلى القضاء لطلب إبطال العقد للتدليس عند اكتشافه أنه لم يتوصل بالمعلومات الصحيحة عن السلع أو الخدمات التي عرضت عليه نتيجة قيام المهني بممارسة الاحتيال في تقديم الإشهار، قاصدا من وراء ذلك إخفاء الحقيقة عنه، أو إبطاله للغلط متى تم الغلط في الشيء أو الشخص محل الإعلان.

للمزيد من التفصيل أنظر: **الأنصاري أبو بكر**، الحماية الجنائية للمستهلك، أطروحة لنيل دكتوراه الدولة في القانون الخاص، جامعة الحسن الثاني، كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية، الدار البيضاء،1997/1996، ص:2؛ **عبد الفضيل محمد أحمد**، م.س، ص: 256 وما يليها ، **الزقرد أحمد سعيد**، م.س، ص: 150 و مايليها.

الـــدفاع عـــن مصـــالح المجتمـــع بشـــكل يزيـــد مـــن شـــعور أفـــراده بضـــرورة احترام مقتضيات القانون و الامتثال لأوامره وتجنب نواهيه.

و موضـــوع الحمايـــة الجنائيـــة مـــن الإشـــهار المضـــلل يتمحـــور حـــول إشـــكالية رئيســـية: مـــدى كفايـــة الضـــمانات التـــي تكفلهـــا الحمايـــة الجنائيـــة مـــن الإشـــهار المضـــلل مـــن أجـــل تخليـــق السـوق فـــي ظـــل النظـــام القانوني الحالي؟

إن الحمايـــة الجنائيـــة مـــن الإشـــهار المضـــلل هـــي محـــور هـــذه الدراســـة التـــي تقتـــرح تحلـــيلا لأهـــم المقتضـــيات التـــي تـــوفر هـــذه الحمايـــة فـــي التشـــريع المغربـــي[30] و الأمـــر يتعلـــق هنـــا بمقتضـــيات الفصـــل العاشـــر مـــن

---

[30] - من ذلك مثلا أحكام جريمة النصب المنصوص عليها في الفصل 540 ق.ج التي يمكن تطبيقها على الإشهار المضلل متى توافر ركنيها المادي و المعنوي في الإشهار.

و يتمثل الركن المادي أولا في استعمال الاحتيال الذي يتم بواسطة تأكيدات خادعة كذكر أمر مخالف للحقيقة من خلال وسائل الاتصال السمعية البصرية، فالإعلان عن السلع أو الخدمات في الصحافة قد يعتبر نصبا إذا ما تم تدعيمه بمظاهر خارجية مؤثرة على المستهلك كاستخدام أحد العاملين في الصحافة، وقد يتم أيضا بواسطة إخفاء وقائع صحيحة أو باستغلال ماكر لخطأ وقع فيه الغير، و يتمثل أيضا الركن المادي لجريمة النصب في أن يكون محل النصب عملية وهمية يترتب عليها المساس بمصالح الضحية .

أما الركن المعنوي في جريمة النصب فيتطلب لقيامه توفر القصد الجنائي، أي أن تكون للجاني في إعلانه الخادع النية الإجرامية بأن تستهدف وسائله الاحتيالية الإضرار بمصالح الضحية أو مصالح الغير المالية بهدف جني فائدة مالية، أما في حالة استعمال الجاني لهذه الجريمة نتيجة غلط فإن القصد الجنائي ينتفي هنا و لا وجود لجريمة النصب.

ومتى توافر ركني جريمة النصب في الإشهار، وتبث ضد الجاني الأفعال المنسوبة إليه حق العقاب عليها، وهو بحسب الفصل 540 ق.ج الحبس من من سنة إلى خمس سنوات وغرامة من 500 إلى 5000.

وعلى ضوء ما تقدم يتبين أن جريمة النصب بالرغم من قيمة الجزاء الذي يترتب عليها، إلا أن تطبيق أحكامها رهين بأن يكون محل النصب عملية وهمية، وهو ما لا يتحقق دائما في الإشهار إذ أن المعلن غالبا ما يقدم الشيء المعلن عنه، إلا أنه لا يتوفر على بعض البيانات أو الخصائص المرتبطة به.

للمزيد من التفصيل حول تطبيق أحكام جريمة النصب على الإشهار المضلل، أنظر:

عبد الفضيل محمد أحمد، م.س، ص:280؛ **العروصي محمد**، م.س، ص: 20،21؛ و أنظر أيضا:

Bendraoui Abderrahim, la publicité mensongère et la protection du consommateur en droit marocain, Mémoire pour le diplôme d'Etudes

قانون زجر الغش في البضائع، الذي اعتبر من خلاله المشرع المغربي الإشهار المضلل جريمة إذا ما توافر ركنيها المادي و المعنوي، و رتب على ذلك المسؤولية في حق مرتكبها و توقيع الجزاء عليه (آثار جريمة الإشهار المضلل)، و من خلال مقتضيات هذا الفصل سنحاول تقدير مدى ملاءمته و فعاليته في ظل التطورات و التحولات التي يشهدها العالم، معتمدين في ذلك على التجربة الفرنسية، وهو الاختيار الذي يفرض نفسه نتيجة للارتباط التاريخي ما بين المغرب و فرنسا، التي يتأثر تشريعها بمختلف التوجهات و القوانين الصادرة عن الاتحاد الأوروبي، والمقارنة التي نقترحها ما بين التشريعين المغربي و الفرنسي لا تستهدف جردا لأوجه التشابه و الاختلاف، بقدر ما هي تسعى إلى إثراء الفهم و إدراك المعنى، وذلك من أجل الوقوف على التوجهات التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند إصلاح المقتضيات القانونية لبلادنا في مجال الإشهار المضلل.

وعلى هذا الأساس ارتأينا أن نقسم موضوع الحماية الجنائية من الإشهار المضلل إلى فصلين:

Supérieures de droit Privé, 1980, p : 86 etc **; Chavanne**, Escroquerie, J. CI, pén, art 405, Fasc, 2, 1973, m. à.j.1976 ; **Guinchard Serge**, la publicité mensongère en droit français et en droit pénal et en droit fédéral suisse, Paris, 1971, L.G.D.J.

الفصل الأول

أركان جريمة الإشهار المضلل وفقا للفصل العاشر من قانون زجر الغش في البضائع

الفصل الثاني

آثار جريمة الإشهار المضلل

الفصل الأول

أركان جريمة الإشهار المضلل

لكـــل جريمـــة أركانهـــا الخاصـــة، أي عناصـــر معينـــة يلـــزم توافرهـــا إذا انتفـــى أحـــدها لاتقـــوم الجريمـــة. والحـــد الأدنـــى لهـــذه الأركـــان، ركنـــان: أولهمـــا مـــادي وهـــو عبـــارة عـــن المظهـــر الخـــارجي لنشـــاط الجـــاني، وثانيهمـــا معنـــوي وهـــو عبـــارة عـــن نيـــة داخليـــة يضـــمرها الجـــاني وأحيانـــا مجـــرد خطـــأ أو رعونة أو إهمال[31].

و أركـــان جريمـــة الإشـــهار المضـــلل يمكـــن استخلاصـــها مـــن خـــلال مقتضـــيات الفصـــل العاشـــر مـــن قـــانون زجـــر الغـــش فـــي البضـــائع الذي ينص على أنه:

" يمنـــع كـــل إعـــلان مهمـــا كـــان شـــكله، يشـــتمل علـــى إدعـــاء أو بيـــان أو عـــرض كـــاذب أو مـــن شـــأنه أن يوقـــع فـــي الغلـــط بشـــأن أحـــد العناصـــر الآتيـــة: وجـــود الســـلع أو الخـــدمات، وطبيعتهـــا، وتركيبهـــا، وجودتهـــا، ومحتواهـــا مـــن العناصـــر المفيـــدة، ونوعهـــا، ومنشـــأها، وكميتهـــا، وطريقـــة وتـــاريخ صـــنعها، وخصائصـــها، وأثمـــان، وشـــروط بيعهـــا، وشـــروط أو نتـــائج اســـتعمالها، وأســـباب وأســـاليب البيـــع أو التســـليم أو تقـــديم

---

[31] - للمزيد من التفصيل أنظر: **Boléat Alain**, op. cit, p : 44 ; **Bordes-Sue**, op.cit, p: 51
الخمليشي أحمد، شرح القانون الجنائي: القسم العام، الطبعة الأولى، مكتبة المعارف، الرباط، 1985؛ **العلمي عبد الواحد**، شرح القانون الجنائي المغربي – القسم العام – دراسة في المبادئ العامة التي تحكم الجريمة والمجرم والعقوبة والتدبير الوقائي، مطبعة النجاح الجديدة – الدار البيضاء، طبعة 2007؛ **الشورابي عبد الحميد**، شرح قانون العقوبات، منشأة المعارف الاسكندرية، 1991؛ أبو المعاطي حافظ أبو الفتوح، شرح القانون الجنائي، الطبعة الثانية، دون دار النشر، 1984؛ **قوراري فتيحة محمد**، الحماية الجنائية للمستهلك من الإعلانات المضللة، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، العدد 3، 2009، ص: 258؛ **بوفادي محمد**، حماية المستهلك في ضوء قانون زجر الغش في البضائع، مجلة محكمة، العدد الأول،2003.

الخدمة، ومدى الالتزامات، وهوية أو صفة أو أهلية الصناع والباعة والمشهرين والمعلنين ومنجزي الخدمات"[32].

و من خلال هذا الفصل نستشف بأن أركان جريمة الإشهار المضلل لا تختلف عن الأركان العامة للجريمة المتمثلة في الركن المادي و المعنوي، وبالتالي لابد لقيام جريمة الإشهار المضلل أن يتوفر ركن مادي قوامه وجود إشهار واتسامه بالتضليل، وأن يقع هذا الأخير على أحد العناصر الواردة في الفقرة الأولى من الفصل العاشر، وركن معنوي قد يتخذ صورة القصد أو الخطأ.

لذلك سنقسم هذا الفصل إلى مبحثين، نخصص الأول لدراسة الركن المادي في جريمة الإشهار المضلل، بينما نتناول في الثاني دراسة الركن المعنوي.

---

[32] – ويضيف الفصل العاشر ما يلي:

" ...يمكن أن تأمر المحكمة المرفوعة إليها المتابعة بالكف عن الإعلان محل النزاع عاجلا بالرغم عن جميع طرق الطعن وذلك بناء على طلبات وكيل الملك، ويمكن طلب رفع المنع إلى المحكمة التي حكمت به كما يمكن الطعن في رفض رفع المنع بالطرق العادية.

وينتهي المنع في حالة الحكم بعدم المتابعة أو بالبراءة ويمكن أن تأمر المحكمة في حالة المؤاخذة بأن ينشر على نفقة المحكوم عليه بيان يعيد الأمور إلى نصابها طبق نفس الكيفيات وفي نفس الأماكن التي تم فيها الإعلان الكاذب.

ويكون المعلن المباشر الإعلان لحسابه مسؤولا بصفة أصلية عن المخالفة المرتكبة.

وإذا كان المخالف شخصا معنويا ألقيت المسؤولية على مسيريه.

ويعتبر أن هناك جنحة بمجرد ما يقع الإعلان أو يتسلم أو يتلقى في المغرب.

ويعاقب على المخالفات لأحكام هذا الفصل بغرامة من 200 إلى 7200 درهم."

المبحث الأول

الركن المادي في جريمة الإشهار المضلل

تعاقب جل التشريعات[33] مرتكب جريمة الإشهار المضلل، لما تسببه هذه الجريمة من اضطراب اقتصادي واجتماعي، ويتحقق هذا الاضطراب بمجرد صدور نشاط عن المعلن.

و يتمثل هذا النشاط حسب مقتضيات الفصل العاشر من قانون زجر الغش في البضائع، في وجود إعلان مهما كان شكله يشتمل على إدعاء أو بيان أو عرض كاذب أو من شأنه أن يوقع في الغلط. وأن يقع التضليل على أحد العناصر الآتية: وجود السلع أو الخدمات، و تركيبها، وجودتها، ومحتواها من العناصر المفيدة، ونوعها، ومنشأها، وكميتها، وطريقة وتاريخ صنعها، وخصائصها، وأثمان، وشروط بيعها، وشروط أو نتائج استعمالها، وأسباب وأساليب البيع أو التسليم أو تقديم الخدمة، ومدى الالتزامات، وهوية أو صفة أو أهلية الصناع والباعة والمشهرين والمعلنين ومنجزي الخدمات.

و بالتالي يظهر أن قيام الركن المادي لجريمة الإشهار المضلل يلزم فيه ما يلي: أن يكون هناك إشهار مضلل أو كاذب، وأن يقع هذا الإشهار المضلل على أحد العناصر الواردة أعلاه.

---

[33] - من ذلك مثلا: التشريع الفرنسي في المادة L121-6 من مدونة قانون الاستهلاك الفرنسي ل26 يوليوز 1993 كما وقع تعديله بمقتضى القانون رقم 776-2008 ل4 غشت 2008؛ و المادة 24 من القانون المصري رقم 67 لسنة 2006 بشأن حماية المستهلك؛ و الفصل 18 من القانون التونسي رقم 117 ل 7 دجنبر 1992 بشأن حماية المستهلك، و المادة 40 من قانون حماية المستهلك السوري ل 6 مارس 2008.

لهـذا سـنعالج موضـوع الـركن المـادي فـي مطلبـين، نتعـرض فـي أولاهمـا إلـى مـدلول الإشـهار المضـلل، وثانيهمـا لعناصـر الإشـهار المضلل.

المطلب الأول

مفهوم الإشهار المضلل

بـالرجوع إلـى مقتضـيات الفقـرة الأولـى مـن الفصـل العاشـر مـن قـانون زجـر الغـش فـي البضـائع، يظهـر أن المشـرع لـم يضـع لنـا تحديـدا لمفهـوم الإشـهار المضـلل[34]، بـل اكتفـى بمنـع الإشـهار المتضـمن لإدعـاء أو عـرض أو بيـان كـاذب أو مضـلل، الأمـر الـذي يـدفعنا إلـى البحـث فـي مفهـوم الإشـهار المضـلل، وذلـك مـن خـلال رصـد المقصـود بعبـارة "كـل إشـهار" الـواردة فـي الفصـل العاشـر (الفقـرة الأولـى)، ثـم بسـط سـمة التضليل في الإشهار (الفقرة الثانية).

34 - وهذا على خلاف المشرع السوري الذي عرف الإعلان المضلل صراحة في المادة الثانية من قانون حماية المستهلك رقم 2 ل 6 مارس 2008، و التي جاء فيها: "الإعلان المضلل: الإعلان الذي يتم بأي وسيلة كانت و بتناول سلعة أو خدمة أو يتضمن عرضا أو بيانا أو إدعاء كاذبا أو مصوغا بعبارات من شأنها أن تؤدي بشكل مباشر أو غير مباشر إلى خداع أو تضليل المستهلك".

الفقـرة الأولى : ماهيــة الإشــهار المنشــئ لجريمــة الإشــهار المضلل

يقصـــد بعبـــارة " كـــل إشـــهار" الـــواردة فـــي الفصـــل العاشـــر مـــن قـــانون زجـــر الغـــش فـــي البضـــائع[35]، كـــل تصـــرف يســـتهدف جلـــب الزبـــائن أيـــا كـــان الشـــكل الـــذي يتخـــذه والشـــخص الـــذي يصـــدر عنـــه أو يوجـــه إليه[36].

وعليـــه يســـتوي أن يـــتم ذلـــك بواســـطة المـــذياع أو البـــرامج التلفزيونيـــة أو الصـــحافة المكتوبـــة والمرئيـــة أو الملصـــقات[37] أو المطبوعـــات التجاريـــة[38] أو يـــتم ذلـــك عبـــر الانترنيـــت عـــن طريـــق الـــربط النصي lien HyperText.

وفـــي هـــذا الإطـــار يعتبـــر القضـــاء الفرنســـي أن التضـــليل فـــي الإشـــهار حـــول ســـلعة أو خدمـــة مـــا يـــتم عبـــر وســـائط متعـــددة كبعـــث رســـالة

---

[35] - و كذا المادة 1- L121 من القانون رقم 949-93 ل 26 يوليوز 1993 المتعلق بمدونة قانون الاستهلاك الفرنسي، وتجدر الإشارة هنا أنه بعد التعديل الذي عرفته مدونة قانون الاستهلاك بالقانون رقم 2008-776 ل 4 غشت 2008 لم يعد المشرع الفرنسي يتحدث عن الإشهار المضلل بشكل ضيق بل أصبحنا أمام مفهوم أكثر اتساعا و هو "الممارسات التجارية المضللة" (Les pratiques commerciales trompeuses).

[36]- **Guérin Henri**, « Publicité fausse ou de nature a induire en erreur », Recueil Dalloz. v° publicité commerciale. 31 août 1988. P :3

[37] – تستعمل الملصقات لوصف المنتوج ولإخبار المستهلك في وقت واحد، فالملصق من جهة أولى يتضمن معلومات دقيقة ومفصلة عن الشيء المراد إشهاره، ومن جهة ثانية يحمل عبارات تشجع المستهلك على الشراء، هذه الازدواجية في الدور الذي تلعبه الملصقات في الحياة الاقتصادية دفع بمحكمة النقض الفرنسية في قرار لها بتاريخ 14 ماي 1997 إلى اعتبار الملصقات وسيلة إشهارية.

Cass. Crim 14 mai 1997, JCP, éd G, 1997, IV, 2043.

[38] – وهي تضم الأوراق والوثائق المستعملة بصفة اعتيادية من طرف التجار والصناع والمنتجين وغيرهم، ومنها على سبيل المثال قوائم الوجبات Menu في المطاعم وقوائم المنتجات المعروضة للبيع، الأوراق المخصصة للمراسلات والتي تتضمن معلومات خاصة عن المقاولة أو المهني.

دوريـــة للزينـــاء[39] أو عـــن طريـــق تغليـــف المنتوجـــات (l’emballage)[40] أو الصـــور أو الكتابـــات المعلنـــة علـــى الانترنيـــت[41] أو اللوحـــات الإعلانيـــة على الممرات[42] أو الصفحات الصفراء لدليل الهواتف[43].

لكـــن هـــل كـــل مـــا يبـــث عبـــر هـــذه الوســـائط مـــن إعلانـــات – تجاريـــة كانـــت أو غيـــر تجاريـــة – يـــدخل فـــي نطـــاق التجـــريم، أم أن جريمـــة الإشـــهار المضـــلل لا تقـــوم إلا إذا كـــان هـــدف الإشـــهار نفعيـــا la publicité qui poursuit un but lucratif ؟

رغبـــة مـــن القضـــاء الفرنســـي فـــي تـــوفير الحمايـــة اللازمـــة للمســـتهلكين مـــن الإعلانـــات المضـــللة لمـــا تنطـــوي عليـــه مـــن أضـــرار قـــد تمـــس بالنظـــام الاقتصـــادي أو بمصـــالح المســـتهلكين، فقـــد عمـــل فـــي بعـــض القـــرارات الصـــادرة عنـــه إلـــى توســـيع نطـــاق تجـــريم الإشـــهار المضـــلل، لينطبق على كل إشهار أيا كانت طبيعته، نفعية أو غير نفعية.

ويتضـــح ذلـــك مـــن خـــلال قـــرار محكمـــة الاســـتئناف ببـــاريس الصـــادر بتـــاريخ 24 مـــارس 1982 الـــذي قضـــى بأنـــه : ((لا يوجـــد نـــص

---

[39] - Cass. Crim, 5 mai 1981 : Bull. Crim, n° 410.

[40] -CA. Paris, 24 mars 1987, D.1987, Inf Rap, 103 ; CA. Paris 16 juin 1987, D.1987. IR. 201; Cass.Com, 27 octobre 1992, (2e esp), D.1992, 506, note Bénabent ; Cass.Crim, 3 septembre 1992, Dr. Pénal 1993, Comm. 16, obs.J-H.Robert ; Cass. Crim, 3 Septembre 2002, CCC 2003, n°50.

[41] - Cass. Crim, 11 décembre 2007 : CCC 2008,n°120, obs. Raymond.

[42] - C.A Paris, juin 1987, Dalloz 1987, Inf. Rap, p :196.

[43] - Cass. Crim, 20 mars 2007, n°05.85.253 RJDA 10/07 n° 1019.cité par le Mémento pratique, Concurrence-consommateur, éd G, Francis Lefebvre, 2009-2010, p :902.

فــي قــانون 27 دجنبــر 1973[44] يســتبعد مــن نطــاق تطبيقــه جمعيــات ذات هــدف غيــر نفعــي معلــن))[45]، كمــا قضــت محكمــة الــنقض الفرنســية علــى أنه :

((يعـــد إعلانـــا بمفهـــوم المـــادة 1 – 44 مـــن قـــانون 27 دجنبـــر 1973[46]، كــل وســيلة للإعــلام تســمح بتكــوين رأي حــول منتــوج أو خدمــة معروضـــة مـــن المعلـــن، ولا أهميـــة لعـــدم نشـــر الإشـــهار لغايـــات نفعيـــة، أو لعدم اتسامه بالطابع التجاري))[47].

وينـــدرج هـــذا القضـــاء فـــي ســـياق الخـــط الـــذي انتهجتـــه محكمـــة الاســـتئناف ببـــاريس فـــي قـــرار لهـــا بتـــاريخ 16 أكتـــوبر 1974[48] الـــذي فـــرض تطبيـــق المقتضـــيات الخاصـــة بالإشـــهار المضـــلل علـــى أصـــحاب المهـــن الحـــرة و بالتـــالي مـــنعهم مـــن القيـــام بـــبعض الممارســـات التـــي مـــن شـــأنها تضـــليل المســـتهلك عـــن طريـــق الإشـــهار، ولا ســـيما تلـــك المقتضـــيات

---

44 - la loi n° 73-1193 du 27 décembre 1973 d’orientation du commerce et de l’artisanat

وهو القانون الذي كان يجرم الإشهار المضلل في المادة 1-44 منه.

45 - CA. Paris 24 mars 1982, Dalloz 1982, p :486, note Giudicelli Andre

46 - تنص المادة 1-44 من القانون رقم 73- 1193 ل 27 دجنبر 1973 على مايلي:

« Est interdite toute publicité, comportant, sous quelque forme que ce soit, des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur, lorsque celles-ci portent sur un ou plusieurs des éléments ci-après : existence, nature, composition. qualités substantielles, teneur en principes utiles, espèce, origine, quantité, mode et date de fabrication, propriétés, prix et conditions de vente de biens ou services qui font l'objet de la publicité, conditions de leur utilisation, résultats qui peuvent être attendus de leur utilisation, motifs ou procédés de la vente ou de la prestation de services, portée des engagements pris par l'annonceur, identité, qualités ou aptitudes du fabricant, des revendeurs, des promoteurs ou des prestataires ».

47 - Cass. Crim, 6 mai 1998, Dalloz 1998, Inf. Rap.7

48- C.A Paris 16/10/1974, Gazette du palais le 5 et 6 Mars 1975.

التـــي وردت فـــي القـــانون الصـــادر بتـــاريخ 2 يوليـــوز 1963[49] والقـــانون الصـــادر بتـــاريخ 27 دجنبـــر 1973 علـــى أســـاس أن تطبيـــق النصـــوص التـــي وردت فـــي هـــذين القـــانونيين لا تقتصـــر فقـــط علـــى التجـــار، وإنمـــا تشـــمل أيضـــا كـــل الأشـــخاص الـــذين يقومـــون بـــأداء خـــدمات مهنيـــة إلـــى الغير[50].

فـــي حـــين يـــرى الأســـتاذ Dider أن جريمـــة الإشـــهار لا تقـــوم إلا إذا كـــان هـــدف الإشـــهار نفعـــي، ويســـتند فـــي ذلـــك إلـــى المبـــادئ العامـــة فـــي القـــانون الجنـــائي التـــي تقضـــي بتفســـير النصـــوص المتعلقـــة بـــالتجريم تفســـيرا ضـــيقا، معتبـــرا أن توســـيع نطـــاق تطبيـــق نـــص تجـــريم الإشـــهار المضـــلل ليشـــمل الإعلانـــات غيـــر النفعيـــة هـــو تطبيـــق لنصـــوص علـــى حالات لا يشملها[51].

وفـــي نفـــس الاتجـــاه يـــرى الأســـتاذ Giudicelli أنـــه إذا كـــان القـــانون المـــؤرخ فـــي 26 يوليـــوز 1993[52]، قـــد أشـــار إلـــى مفهـــوم واســـع

---

[49] - Loi de finances n° 63-628 du 2 juillet 1963 rectificative pour 1963 portant maintien de la stabilité économique et financière, (journal officiel de la République Française du 3juillet 1963, p : 5915).

[50] - وفي تعليق الأستاذ Divier على هذا القرار يقول بأن القضاء الفرنسي يسعى نحو إظهار الواقع الاقتصادي ودوره في المجتمع فسواء كان العمل مدنيا أو تجاريا فهناك دائما تواجد للمستهلك.

- **Divier**, « Cour de cassation », Arrêt 16 octobre 1974, Jurisclasseur, périodique, Edition Semaine juridique, n° 17953

[51] -**Dider Jean**, droit pénal des affaires, 3e édition, Dalloz, 2003, P: 518; et **J-Henri Robert et Haritini Matsoulou**, Traite de droit pénal des affaires, P.U.F, 2004 ; et **M. Peisse**, la nouvelle répression de la publicité mensongère, Gazette du palais, 1974.

[52] - الذي أورد نص المادة L 121 – 1 الخاص بالممارسات التجارية المضللة.

لموضوع الإعلان بأن جعله ينصب على السلع أو الخدمات Tout biens ou services، فإنه يترتب على أحكامه انتفاء الإشهار إذا كانت السلع أو الخدمات المعروضة ذات طبيعة غير نفعية[53].

تكريسا لذلك يرى الأستاذانMerle et Vitu أن الإشهار هو تقنية ذات أثر نفسي تمارس على الجمهور لغايات نفعية[54].

و يتضح من خلال موقف الفقه هذا أن جريمة الإشهار المضلل حسب رأيهم تنطبق على الإشهار التجاري La publicité commerciale الذي يستهدف الربح فقط.

ونحن نرى بأن موقف القضاء الفرنسي الذي تبنى المفهوم الواسع للإشهار ليشمل الإعلانات النفعية و غير النفعية هو حري بالتأييد، لأن من شأنه توفير حماية أفضل للمستهلك.

ونعتقد أن المشرع المغربي يسير في هذا الاتجاه الحمائي، لأنه باستعمال الفصل العاشر لعبارة "يمنع كل إعلان" دون تحديد شكل معين للإعلان، يكون قد سد الباب أمام كل أشكال الإعلانات المضللة. لكن ما هي سمة التضليل في الإشهار التي على أساسها تمنع هذه الممارسة باعتبارها إشهار مضللا؟

---

53 - **Giudicelli**, " publicité fausse ou de nature induire en erreur, revue de sciences criminelles et de droit pénal comparé", janvier – mars 1999, page : 116 ; et **J. Larguier et Ph. Conte**, droit pénal des affaires, Armand colin, 2004, n° 170.

54 - **Merle et Vitu**, Traite de droit criminel, Droit pénal spécial, Tome I, publicité mensongère, 1982, n° 864 ; et **F. Stastak**, Droit pénal des affaires, LGDJ, 2005, P :388.

الفقرة الثانية : سمة التضليل في الإشهار

يقع التضليل حسب مقتضيات الفصل العاشر من قانون زجر الغش في البضائع إما بتضمين الإشهار:

- إدعاءات أو بيانات أو عروض كاذبة، وهي التي يكون اختلافها عن الحقيقة ظاهرا.

- أو إدعاءات أو بيانات أو عروض تمت صياغتها بعبارة غامضة أو مبهمة من شأنها إثارة اللبس في التفسير، ومن تم تؤدي إلى تضليل المستهلك[55].

---

[55] - ينص الفصل العاشر من قانون زجر الغش في البضائع على مايلي : ((يمنع كل إعلان مهما كان شكله يشتمل على إدعاء أو بيان أو عرض كاذب أومن شأنه أن يوقع في الغلط بشأن أحد العناصر التالية : ...)). وكذلك الفقرة الأولى من المادة 68 من قانون الاتصال السمعي-البصري (ج.ر عدد 5288 و الصادرة في 3 فبراير 2005)، التي تنص على أنه : " يمنع كل إشهار سمعي بصري كاذب أو مضلل يحتوي على إدعاءات أو بيانات أو تقديمات مغلوطة أو من شأنها أن توقع في الخطأ".

وهي تقريبا ذات المقتضيات المضمنة في المادة 21 من مشروع قانون 31.08 الذي يقضي بتحديد تدابير لحماية المستهلكين، والتي جاء فيها : ((يمنع كل إشهار يتضمن بأي شكل من الأشكال، إدعاء أو بيان أو عرضا كاذبا أو كل إشهار من شأنه أن يوقع في الغلط بأي وجه من الوجوه، إذا كان يتعلق بواحد أو أكثر من العناصر التالية ...)).

والقانون الفرنسي بدوره لم يخرج عن هذا الإطار في تحديد مدلول التضليل في الإشهار، إذ تنص المادة 1 – 121 Lمن قانون الاستهلاك التي نسخت مقتضيات المادة 1-44 من قانون 27دجنبر 1973على أنه :

« Une pratique commerciale est trompeuse si elle porte sur l'une des circonstances, suivantes :
… 2° Lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur, et portant sur l'un ou plusieurs des éléments suivants : … ».

وهنا نسجل ملاحظة مفادها أن المشرع الفرنسي في بادئ الأمر، وخاصة في قانون 2 يوليوز 1963 كان ينص على اشتمال الإشهار على إدعاءات فقط Allégations، وقد ترتب على التحديد انحسار الحماية الجنائية في مجال الإعلان المضلل على بعض أشكال الإعلانات التي تتضمن رسومات، صورا فوتوغرافية، مقاطع من الأفلام، قطعا موسيقية ... من شأنها إيصال أفكار معينة، فجاء قانون27 دجنبر 1973 الذي انتقلت أحكامه إلى مدونة قانون الإستهلاك لسنة 1993، لسد هذه الثغرة وأضاف إلى الإدعاءات، البيانات Indications أو العروض Présentations وبذلك شملت كل الوسائل التقنية وأشكال الإشهار المختلفة.

ولـــذلك ســـوف نحـــاول الوقـــوف علـــى هـــذه الأشـــكال مـــن التضـــليل الذي يقع في الإشهار.

أولا: التضليل بسبب كذب الإدعاءات أو البيانات أو العروض

إن العقـــاب فـــي جريمـــة الإشـــهار المضـــلل يتوقـــف علـــى وجـــود الكذب في الإشهار.

والكـــذب لغـــة هـــو الإخبـــار عـــن الشـــيء بخـــلاف مـــا هـــو عليـــه فـــي الواقـــع[56]، واصـــطلاحا هـــو إدعـــاء أو زعـــم مخـــالف للحقيقـــة الهـــدف منـــه تضـــليل المســـتهلك عـــن طريـــق تزييـــف الحقيقـــة أو إصـــدار تأكيـــدات غيـــر صحيحة أو غير مطابقة للواقع.[57]

غيـــر أن الكـــذب المنصـــوص عليـــه فـــي الفصـــل العاشـــر مـــن قـــانون زجـــر الغـــش فـــي البضـــائع لـــه مـــدلول خـــاص، فهـــو لا يعنـــي كـــل تغييـــر للحقيقـــة، حتـــى لا تـــدخل المبالغـــة والإثـــارة وهمـــا مـــن دعـــائم الحملات الإشهارية في نطاق الكذب.

للمزيدمن التفصيل أنظر :

Mayer Danièle, Droit pénal de la publicité, Masson, Paris, 1979, Page :78 ; **Fourgoux Jean- Claude**, Marques, publicité et tromperie, Gazette du palais, 1967, n° 1, page : 2

و أنظر أيضا: **الناشف أنطوان**، الإعلانات و العلامات التجارية بين القانون و الاجتهاد، منشورات الحلبي الحقوقية بيروت- لبنان، 1999، ص:93 ؛ عمر قريوح، م.س، ص:64.

[56] - **ابن منظور**، لسان العرب، الجزء الخامس، الطبعة السادسة، دار صادر لبنان 1977.

[57] -**Boléat Alain**, op. cit, P: 6.

وراجع أيضا: **الأنصاري أبو بكر**، الحماية الجنائية للمستهلك، م.س، ص:84.

وعليه يتعين التمييز بين ما يعد كذبا في الإشهار وهو الخاضع للعقاب، وبين المبالغة والإثارة في الإشهار للثناء على السلعة وإبراز محاسن الخدمة، وهذه تدخل في نطاق الجواز[58].

ومن التطبيقات القضائية بشأن الإشهار المضلل بسبب كذب الإدعاءات أو البيانات أو العروض ما قضت به محكمة النقض الفرنسية في إحدى قراراتها بتوافر جريمة الإشهار المضلل، استنادا إلى أن الإشهار الذي تضمن حالة وصفية للعقار قديمة ولا تتطابق مع الواقع بسبب الأعمال التي قام بإجرائها المالك، حيث أصبحت الحديقة الموصوفة في الإعلان، مساحة إسمنتية و بمساحة أقل[59].

ثانيا: التضليل بسبب البيانات الغامضة وعدم دقتها

تختلف هذه الصورة عن سابقتها، في أن الإشهار يتضمن إدعاءات أو بيانات صحيحة وليست كاذبة، غير أنها قد تنقصها الدقة Manque de précision، أو أن عرضها يكتنفه الغموض Ambiguité، فيترك ذلك انطباعا خاطئا Fausse impression لدى المستهلكين[60]. وهو ما عبر عنه المشرع المغربي في الفصل

---

58 - **Didier Jean**, op.cit, Page : 409

59 - Cass. Crim 12 novembre 1986, Bull. Crim, n° 335

60- **قشقوش هدى حامد**، الإعلانات غير المشروعة في نطاق القانون الجنائي، دار النهضة العربية، 1980، ص:79؛ **الزقرد أحمد سعيد** ، الحماية القانونية من الخداع الإعلاني في القانون الكويتي و المقارن، مجلة الحقوق، الكويت، العدد 4، دجنبر 1995، ص:168.

العاشر من قانون زجر الغش في البضائع بقوله: " يمنع كل إعلان ... من شأنه أن يوقع في الغلط ".

وقد أشار التوجيه الأوروبي الخاص بالإشهار المضلل والإشهار المقارن[61] إلى التضليل بسبب البيانات الغامضة وعدم دقتها، حيث تنص الفقرة الثانية من المادة الثانية من نص هذا التوجيه على أن الإشهار المضلل La publicité trompeuse هو :

((كل إشهار كيفما كانت طريقة عرضه، يوقع في غلط أو من شأنه أن يوقع في غلط بسبب بيانات مضللة ...))[62].

هذا وقد صدرت عن العمل القضائي الفرنسي العديد من الأحكام والقرارات التي تتعلق بالإشهار المضلل بسبب البيانات

و هو ما أكده أيضا قرار هيئة الاتصال السمعي البصري رقم 56-06 الصادر في 29 دجنبر 2006 في إحدى حيثياته، التي جاء فيها : ... وحيث إن الوصلة الإشهارية لا تعطي أية معلومة حول طبيعة و نطاق مضمونية الربح، و التي تعتبر عنصرا أساسيا و حاسما في خطاب الترويج للخدمة المسماة " الدورة التجارية إمو".

وحيث إن من شأن غياب هذه المعلومات إيقاع المستهلكين في الخطاء، إضافة إلى أن الوصلة لا توضح الطبيعة الحقيقية للخدمة المروج لها تحت اسم "الدورة التجارية إمو".

...وحيث إن المادة 9 من (الفقرة 6) من القانون 77.03 المتعلق بالاتصال السمعي البصري تنص على أنه: (...) يجب ألا يكون من شأن البرامج و إعادة بث البرامج أو أجزاء من البرامج: (...)

- الاحتواء بأي شكل من الأشكال على إدعاءات و بيانات أو تقديمات خاطئة أو من شأنها أن توقع المستهلكين في الخطاء؛".

[61] - Directive 2006 / 114 / CE du parlement européen et du conseil du 12 décembre 2006 en matière de publicité trompeuse et publicité comparative. Journal officiel de l’Union européenne n° L372 , 27 décembre 2006, P : 21

[62] - "publicité trompeuse ":toute publicité qui, d’une manière quelconque, y compris sa présentation, induit en erreur ou et susceptible d’induire en erreur les personnes auxquelles elle s’adresse ou qu’elle touche et qui, en raison de son caractère trompeur, est susceptible d’effectuer leur comportement économique ou qui, pour ces raisons, porte préjudice ou est susceptible de porter préjudice à un concurrent.

الغامضة وعدم دقتها، إذ اعتبرت محكمة النقض الفرنسية بمثابة إشهار مضلل قيام الشركة الوطنية للسكك الحديدية S.N.C.F بحملة إشهارية بواسطة الملصقات حول قيامها بتخفيضات، ولم يتضمن الإشهار المعطيات الأساسية وتفاصيل التخفيض، فترتب على هذا الاشهار انطباع خاطئ من شأنه تضليل المستهلك، وهو ما نتج عنه انخداع عدد من عمال السكك الحديدية بسبب غموض الإشهار [63].

كما قضت محكمة الاستئناف بباريس في قرارها الصادر بتاريخ 14 أكتوبر 1981[64] بتوافر التضليل في الإشهار لغموض البيانات المضمنة فيه وعدم دقتها، بحيث اعتبرت أن قيام شركة إيفيان للمياه المعدنية بإنتاج مشروب فاكهة تحت علامة (Sirop Evian)، من شأنه أن يعطي للمستهلك انطباعا بأن مياه Evian المعدنية تدخل في مكونات هذا المشروب، أو أن لهذا المشروب نفس الخصائص الصحية والعلاجية للمياه المعدنية، في حين أن المياه المعدنية لم تكن أحد عناصر المشروب إطلاقا.

وما تجدر الإشارة إليه في إطار الحديث عن سمة التضليل، أنه لتقدير مدى توفر التضليل في الإشهار من عدمه، اعتد القضاء

[63] - Cass . Crim 2 Octobre 1985, Bull, crim, n° 290.
[64]- C.A Paris (4e ch. 14 octobre 1981, P. I. B. D. 1981, III, p 257), note P et F. Greffe

في فرنسا بمعيار موضوعي[65] قوامه المستهلك المعتاد متوسط الذكاء والانتباه un consommateur moyen normale et attentif.

فالقاضي عند تقديره لتوافر التضليل من عدمه في الإشهار، يأخذ بعين الاعتبار الانتباه والفكر النقدي لطائفة المستهكلين المعتادين، وذلك لبحث رد فعلهم إزاء الرسالة الإشهارية، فإذا انخدعوا بمضمونها، توافر عندئذ التضليل ورتب بالتالي جريمة الإشهار المضلل في حق مرتكب المخالفة، أما إذا انتبهوا لها فلم ينخدعوا بها انتفى تبعا لذلك التضليل ولا تقوم الجريمة. فالقانون لا يحمي ضعاف العقل، وترتيبا على ذلك قبل القضاء باستخدام قدر من المبالغة في الإشهار بشرط ألا يتعمد الغموض واللبس فيه[66].

وفي نفس الاتجاه قضت محكمة النقض الفرنسية في قرار لها صادر بتاريخ 15 أكتوبر 1985 بانتفاء جريمة الإشهار المضلل لعدم توافر التضليل في الشعار الإعلاني " بطارية wonder لا تستهلك

---

[65] - دون المعيار الذاتي الذي على أساسه يتم تقدير سمة التضليل في الرسالة الإشهارية من خلال أثر الإشهار على نوعية الجمهور الذي يوجه إليه، فهو قد يكون على درجة كبيرة من اليقظة، وقد يكون دون المستوى العادي من الفطنة والذكاء، فيكون الإشهار مضللا في الحالة الأولى إذا كان ينخدع به الشخص شديد الذكاء، ويعتبر كذلك في الحالة الثانية مهما تضاءلت درجة التفكير، غير أن عيب هذا المعيار هو عدم انضباطه لأنه يقتضي بحثا في شخصية المتلقي وكشف ما لديه من درجة اليقظة والذكاء، وهو أمر يصعب على القاضي تقديره.

[66] - أما إذا وصلت المبالغة في الإشهار إلى حد اللبس و الغموض، فإن القانون يتدخل لتجريمه، لأن الوظيفة الأولى للقانون كما يقول ذ. Pizzio البحث عن نموذج أخلاقي و اجتماعي، وفي سبيل احترام هذا النموذج يترك القانون جزءا كبيرا من احترام أحكامه للأخلاق الفردية عند التفاوض و إبرام العقود و تنفيذها، هذه الأخلاق التي تقبل قدرا من المبالغة من جانب المهنيين عند الإعلان عن منتجاهم أو خدماتهم.

Pizzio J. Pierre, Législation en matière de protection du consommateur, la loi 22 décembre 1972, et la protection du consommateur sollicité à domicile, R.T.D, Civ 1976, p :66.

إلا إذا استخدمت "، على أساس أن هذه البطارية كغيرها يبدأ استهلاكها بمجرد تجميع عناصرها وقبل استخدامها فعليا[67].

وبناءا على ذلك قضت محكمة النقض الفرنسية في قرار لها بتاريخ 21 ماي 1984 بانتفاء التضليل على أساس وضوح المبالغة التي لا تنطلي على المستهلكين العاديين، في قيام شركة SAMSONITE بتقديم إعلان مصور لمباراة في كرة القدم، كل اللاعبين فيها من الجرافات الضخمة والكرة عبارة عن حقيبة من إنتاجها، و أثناء المباراة لا تتأثر الكرة من سحقها من جانب هؤلاء اللاعبين وذلك بقصد إظهار صلابتها وقوتها، حيث ذهبت المحكمة العليا بأن مثل هذا الإعلان لا يعتبر إعلانا مضللا، لأن من شأن ذلك تجريد الجمهور من أدنى درجات الإدراك والذكاء، فليس للمستهلك –متوسط الذكاء والانتباه– أن يتخيل قدرة الحقيبة على مجابهة سحقها من جانب الجرافات[68].

و من خلال ما تقدم نخلص إلى أن الإشهار المضلل هو كل إشهار كيفما كانت دعامته – أي سواء تم ذلك بواسطة المذياع أو الانترنت...– يتضمن إدعاءات أو بيانات أو عروض كاذبة أو مضللة تقع على مجموعة من العناصر. فما هي إذن العناصر التي يعتد بها لاعتبار الإشهار إشهارا مضللا؟

---

[67] -« la pile Wonder ne s’use que si l’on s’en sert », bien qu’inexact, revêt un aspect caricatural et n’est donc pas de nature à induire en erreur le consommateur moyen. Cass.Crim 15 octobre 1985 : Recueil Dalloz 1986, IR,397, obs. Roujou de Boubé

[68] - Cass. Crim 21 mai 1984 .Dalloz, 1985, p :105.

المطلب الثاني

عناصر الإشهار المضلل

يستشف من مقتضيات الفصل العاشر من القانون المتعلق بالزجر عن الغش في البضائع[69] التي نصت على أنه: " يمنع كل إعلان مهما كان شكله، يشتمل على إدعاء أو بيان أو عرض كاذب أو من شأنه أن يوقع في الغلط بشأن أحد العناصر الآتية: وجود السلع أو الخدمات وطبيعتها وتركيبها وجودتها ومحتواها من العناصر المفيدة ونوعها ومنشأها وكميتها وطريقة وتاريخ صنعها وخصائصها

---

[69] - وكذا المادة L121-1من قانون الاستهلاك الفرنسي (كما وقع تعديلها بمقتضى القانون رقم 776-2008 الصادر بتاريخ 4 غشت 2008)، التي تنص على أنه:

« I.-Une pratique commerciale est trompeuse si elle est commise dans l'une des circonstances suivantes :

(…) 2° Lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur l'un ou plusieurs des éléments suivants :

a) L'existence, la disponibilité ou la nature du bien ou du service ;

b) Les caractéristiques essentielles du bien ou du service, à savoir : ses qualités substantielles, sa composition, ses accessoires, son origine, sa quantité, son mode et sa date de fabrication, les conditions de son utilisation et son aptitude à l'usage, ses propriétés et les résultats attendus de son utilisation, ainsi que les résultats et les principales caractéristiques des tests et contrôles effectués sur le bien ou le service ;

c) Le prix ou le mode de calcul du prix, le caractère promotionnel du prix et les conditions de vente, de paiement et de livraison du bien ou du service ;

d) Le service après-vente, la nécessité d'un service, d'une pièce détachée, d'un remplacement ou d'une réparation ;

e) La portée des engagements de l'annonceur, la nature, le procédé ou le motif de la vente ou de la prestation de services ;

f) L'identité, les qualités, les aptitudes et les droits du professionnel ;

g) Le traitement des réclamations et les droits du consommateur ;… ».

و الملاحظ أن المقتضيات الجديدة في القانون الفرنسي، حاولت أن تكون أكثر اتساعا، بحيث أضافت إلى العناصر السابقة، عناصر جديدة مستفيدا بذلك من كل المستجدات التي طرأت في هذا المجال على أرض الواقع.

وأثمـــان وشـــروط بيعهـــا وشـــروط أو نتـــائج اســـتعمالها وأســـباب وأســـاليب البيـــع أو التســـليم أو تقـــديم الخدمـــة ومـــدى الالتزامـــات وهويـــة أو صـــفة أو أهليـــة الصـــناع والباعـــة والمشـــهرين."، أن العناصـــر التـــي يتعلـــق بهـــا التضليل في الإشهار قد وردت على سبيل الحصر[70].

ويترتـــب علـــى ذلـــك أنـــه لا يجـــوز القيـــاس عليهـــا تقيـــدا بمبـــدأ الشـــرعية،[71] كمـــا يتعـــين علـــى القاضـــي أن يحـــدد العنصـــر الـــذي وقـــع فيـــه التضليل.

---

[70] – أنظر أيضا أبوبكر الأنصاري، م.س، ص: 84؛ عمر قريوح، م.س، ص: 67.

وقد اختلفت الآراء في الفقه بين رافض للتعداد الحصري لعناصر الإشهار المضلل وبين مؤيد لذلك، وفي هذا الإطار:

– انتقد الأستاذ J. Calais . Auloy التعداد الحصري لعناصر الإشهار المضلل على أساس أنه يعطي للنص ميزةالاقتضاب، وهو نفس النهج الذي سار عليه الأستاذ : A. Boudahrain إذ اعتبر أن التحديد الحصري للعناصر التي يقع عليها الإشهار المضلل، لا يخدم مصلحة المستهلك، بحيث إن الحماية الحقيقية والفعالة للمستهلك تستدعي عدم التقيد بالوقائع المحددة في القانون المنظم لهذا النوع من الإشهار، ونحن نؤيده في ذلك لأن تطور أساليب الانتاج وتوزيع السلع والخدمات لا يمكن أن تلم بكل الحالات التي يقع عليها التضليل في الإشهار، لذلك يكون من الأفضل معاقبة الإشهار المضلل، مهما كانت الواقعة التي يرد بشأنها، لتحقيق حماية أفضل للمستهلك. في حين اعتبر الأستاذ Ferrier أن التعداد الحصري يتفق مع مبدأ التفسير الضيق لقانون العقوبات، وأن القائمة القانونية هي أغنى من أن يفلت منها أي سلوك غير عادي من العقاب.

– حول هذه النقط راجع :

- **Auloy Jean Calais** et **Steinmetz Frank**, droit de la consommation" 9° édition Dalloz 2000, page: 130 ; **Ferrier Didier**, "Traité de droit de la consommation ", presses universitaires France, paris 1986, page : 675 ; **Boudahrain. A**, " droit de la consommation au maroc ", Edition al-Madariss 1999, page: 89.

وما تجدر الإشارة إليها في هذا الإطار أن الغرفة الجنائية لمحكمة النقض الفرنسية، في قرارها الصادر بتاريخ 22 دجنبر 1984 قد سايرت الاتجاه المؤيد للتعداد الحصري لعناصر الإشهار المضلل، بحيث اعتبرت أن التعداد الوارد في المادة 44 من قانون 1973 هو تعداد وارد على سبيل الحصر.

- Cass. Crim 8 Mars 1984, JCP, éd E, 1985, II, 14660

[71] – مفاد مبدأ الشرعية أنه لا يجوز توقيع أي عقوبة جنائية على شخص من الأشخاص إلا إذا كان القانون هو الذي قررها للفعل أو الترك الذي أتاه، وتستفاد هذه الخاصية من الفصل الثالث من مجموعة القانون الجنائي الذي يمنع مؤاخذة الشخص بفعل لا يعد جريمة بصريح القانون ولا معاقبته بعقوبة لم يقررها القانون، ويترتب على هذا المبدأ أن القاضي لايتوفر على السلطة

وبنـــاءا علـــى ذلـــك لا تقـــوم جريمـــة الإشـــهار المضـــلل إلا إذا تعلـــق التضليل بعنصر من العناصر المحددة قانونا.

وتتمثـــل هـــذه العناصـــر حســـب الفصـــل العاشـــر مـــن قـــانون زجـــر الغش في البضائع فيما يلي :

وجـــــود الســـــلع أو الخـــــدمات وطبيعتهـــــا وتركيبهـــــا وجودتهـــــا ومحتواهـــــا مـــــن العناصـــــر المفيـــــدة ونوعهـــــا ومنشـــــأها وكميتهـــــا وطريقـــــة وتـــــاريخ صـــــنعها وخصائصـــــها وأثمـــــان وشـــــروط بيعهـــــا وشـــــروط أو نتـــــائج اســـــتعمالها وأســـــباب وأســـــاليب البيـــــع أو التســـــليم أو تقـــــديم الخدمـــــة ومـــــدى الالتزامات وهوية أو صفة أو أهلية الصناع والباعة والمشهرين[72].

التقديرية لكي يكيف الأفعال بنفسه، بل عليه أن يبحث عما إذا كانت العناصر المكونة للجريمة كما ينص عليها القانون متوفرة في الوقائع، للمزيد من التفصيل أنظر :

العلمي عبد الواحد، "المبادئ العامة للقانون الجنائي المغربي – الجزء الثاني"، مطبعة النجاح الجديدة، طبعة 2009 الدار البيضاء ص 98.

- **Blanc François Paul**, la qualification des infractions en matière des fraudes sur les marchandises (Dahir 5/10/1984),la revue Marocaine de droit, N°11, 1987, p : 2.

[72] – وهي العناصر المنصوص عليها في الفصل العاشر من قانون زجر الغش في البضائع، والتي تقابلها المادة L 121-1 من قانون الاستهلاك الفرنسي

هذا، ولم يخرج واضعو مشروع قانون 08 – 31 القاضي بتحديد تدابير لحماية المستهلكين في المادة 21 منه عن مقتضيات الفصل العاشر. بحيث تنص المادة 21 على أنه: " يمنع كل إشهار يتضمن، بأي شكل من الأشكال، إدعاء أو بيانا أو عرضا كاذبا أو كل إشهار من شأنه أن يوقع في الغلط بأي وجه من الوجوه، إذا كان ذلك يتعلق بواحد أو أكثر من العناصر التالية: حقيقة وجود السلع أو المنتوجات أو الخدمات محل الإشهار وطبيعتها و تركيبها و مميزاتها الأساسية و محتواها من العناصر المفيدة و نوعها و منشأها و كميتها و طريقة و تاريخ صنعها و خصائصها و سعرها أو تعريفتها و شروط بيعها وكذا شروط أو نتائج استخدامها و أسباب أو أساليب البيع أو تقديم الخدمات و نطاق التزامات المعلن أو هوية الصناع أو الباعة أو المنعشين أو مقدمي الخدمات أو صفتهم أو مؤهلاتهم".

والملاحظ من خلال العناصر المذكورة أن البعض منها يرتبط بذاتية السلع أو الخدمات (الفقرة الأولى)، و البعض الآخر يرتبط بالعناصر الخارجية للسلع أو الخدمات (الفقرة الثانية).

الفقرة الأولى: التضليل في الإشهار حول العناصر الذاتية للسلع أو الخدمات

تتمثل العناصر الذاتية للسع أو الخدمات التي قد يقع عليها التضليل الإشهاري، في:

أولا: وجود السلع أو الخدمات

Existence du bien ou du service

يتحقق التضليل في هذه الصورة حينما يتضمن الإشهار ادعاءا أو بيانا أو عرضا بوجود سلع أو خدمات لدى مؤسسة معينة، في حين أنها غير موجودة أو أنها غير معدة للتسليم.

وفي هذا الإطار أقر القضاء الفرنسي بإدانة مدير إحدى المتاجر الكبرى لقيامه بتوزيع نشرات تتضمن أثمان منتجات لم تكن معروضة للبيع في المتجر لأسباب عديدة بعضها يتعلق بالتأخر في تسلمها وبعضها يتعلق بعدم وضعها تحت يد المشتري[73].

ومن الأحكام القضائية الصادرة كذلك بشأن التضليل في وجود السلع أو الخدمات ماقضت به محكمة بيزانسون Besançon

---

[73] - Cass. Crim 7 mai 1987, Rev. Concurr, 1987/40, p :37.

في حكمها الصادر بتاريخ 13 دجنبر 1973 الذي اعتبرت فيه بمثابة إشهار مضلل قيام معلن بالنشر في إعلاناته عن توافر علب من الشكولاطة تحت علامة « Nesquick» وثمنها 6.54 فرنك، بينما الحقيقة أن المتجر لا يبيع أصلا هذا المنتوج[74].

كما اعتبرت محكمة باريس الاستئنافية في قرار لها بتاريخ 29 أكتوبر 1998 بمثابة التضليل في وجود السلع أو الخدمات الإعلان الذي يتضمن بيانا حول وجود عدد كبير من الشقق للكراء، في حين أن الشقق المعلن عنها غير قابلة للتصرف[75].

وفي قرار صادر عن محكمة النقض الفرنسية أيدت فيه إدانة صاحب فندق متهم بارتكاب جريمة الإشهار المضلل، بسبب عرضه من خلال عدد من الإعلانات الصادرة عنه في الصحف، عن تنظيم رياضة التزحلق على الجليد تحت إشراف أحد المرشدين مع توفير خدمة النقل، في حين أن صاحب الفندق لا يوفر أي خدمة من الخدمات المعلن عنها[76].

---

74 - T.G.I . Besançon, 13/12/1974, cité par Luc Bihl, le droit pénal de la consommation, éd Nathan, 1989, p : 45.

75 - CA Paris 29 octobre 1998, contrats Conc.Consom. 1999, n°101, obs, Raymond ; BID 1999, n°7/8, p :60 ; Gazette du palais, 17-18 novembre 1999, p :46, cité par J-Calais Auloy, code de la consommation, 6éd, Dalloz, 2001, p :31.

76 - Cass. Crim. 3 Janvier 1984, Bull . Crim N° 1, Dalloz, 1984, inf. rap, p : 147.

كما أيدت إدانة مدير معهد بسبب إعلانه عن برنامج شهادة DUT في تقنية المعلومات، تخصص التقنيات الجديدة البديلة، في حين أن هذه الشهادة غير موجودة واقعا[77].

ثانيا: طبيعة السلع أو الخدمات

Nature du bien ou du service

حينما يتصل الكذب أو التضليل بطبيعة السلع أو الخدمات، فإن خداع المستهلك لا ينصب على وجود أو عدم وجود السلعة أو الخدمة فهذه الأخيرة موجودة أصلا، لكن طبيعتها كما تم الإعلان عنها تخالف الحقيقة.

ويكون هناك كذب أو تضليل في الرسالة الإشهارية حول طبيعة السلع أو الخدمات، إذا كان هناك تغيير جسيم في خصائص الشيء محل الإشهار من شأنه أن يجعل السلعة أو الخدمة غير صالحة للاستعمال الذي أعد من أجله أو أن يحول الشيء إلى طبيعة أخرى[78].

ومثال ذلك من أحكام القضاء الفرنسي، نذكر منها ما ذهبت إليه محكمة النقض الفرنسية في قرار لها بتاريخ 26 ماي 1976 حيث أدانت أحد المعلنين بجريمة الإشهار المضلل بسبب قيامه

---

[77] - Cass.Crim, 24 octobre 2006, N° 05.86920, cité dans le mémento pratique, op.cit, p : 895.

[78] - **Boléat Alain**, Op. cit, page : 53.

و أنظر أيضا: **اسماعيل محمد عبد الشافي**، الإعلانات التجارية الخادعة، و مدى الحماية التي يكفلها المشرع الجنائي للمستهلك، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، 1999، ص:101،102.

بـــإعلان مفـــاده أن أشـــجار الطمـــاطم المعلـــن عنهـــا تثمـــر خـــلال 6 أو 7 شهور في السنة، بينما الحقيقة على خلاف ذلك[79].

كمـــا اعتبـــرت محكمـــة الاســـتئناف ببـــاريس بمثابـــة إشـــهار كـــاذب قيـــام صـــاحب فنـــدق بـــالإعلان علـــى أن فندقـــه فـــي مســـتوى ثـــلاث نجـــوم، في حين أنه مصنف في مستوى أقل مما هو معلن عنه[80].

ثالثا: التركيب Composition

الإشـــــهار الـــــذي يشـــــتمل علـــــى بيـــــان أو عـــــرض مضـــــلل حـــــول تركيـــب الســـلع أو الخـــدمات، هـــو الـــذي يفيـــد وجـــود مكونـــات فـــي الســـلع لا توجد حقيقة[81]، من دون أن ينتج عن ذلك تغيير في طبيعتها[82].

[79] - Cass.Crim, 26 Mai 1976 . Bull. Crim .470, note Luc Bihl

[80] - « La cour d'appel de Paris a eu l'occasion de se prononcer sur le fait qu'indiquer qu'un hôtel entre dans la catégorie des 3 étoiles, alors qu'il ne correspond pas aux normes imposées par cette catégorie, constitue une publicité mensongère, d'autant plus que l'exploitant était parfaitement conscient des insuffisances » CA. Paris 13e ch. B. 10 mars 1995, Juris-Data n° 020900 contrats, Conc. Consom. Juill. 1995, n° 135, page :14.

[81] - في هذا الإطار قضت المحكمة التجارية بالبيضاء في حكمها الصادر بتاريخ 20 ماي 2005 (حكم رقم 06/3931، غير منشور) بالمنافسة غير المشروعة بسبب الإشهار الذي تضمن بيانات من شأنها مغالطة الجمهور في مكونات المنتوج، حيث جاء في إحدى حيثياته : " وحيث إنه بالرجوع إلى قنينة زيت عافية موضوع النزاع يثبت أنها تضمنت صورة رسم نبات الصوجا غير أن الرسم الأول يطغى بصورة أكثر وضوحا و أكبر مساحة على الغلاف الخارجي للزيت المذكور وهو ما من شأنه جعل المستهلك العادي يعتقد أن زيت عافية مصنوعة أساسا من الذرة... وحيث إن التقريري الخبرتين المدلى بهما بهذا الخصوص... أكد على أن الذرة لا تشكل سوى نسبة ضئيلة في تركيبة زيت عافية وهو عكس ما يظهر من صورة التلفيف موضوع الدعوى. و حيث إن الخطاب الإشهاري الذي تضمنه هذا التلفيف فيه مغالطة لجمهور المستهلكين بخصوص مكونات الزيت المذكورة ومميزاتها، ذلك أن المستهلك الذي يقدم على اقتناء زيت عافية يكون في كامل اعتقاده أنه يقتني زيتا مكونة أساسا من الذرة."

[82] - **Boléat. A**, op.cit, p : 54

من ذلك أن عرضت قضية على محكمة النقض الفرنسية في قيام أحد البائعين بالإعلان عن منتج تحت علامة « cure royal premium » يحتوي على العسل، و أشار هذا الإعلان إلى خلوه من السكر، ومن جهة أخرى عدد مكوناته (Pailleur, propolis, et gelee royal) غير أنه لم يبين الجزء الأكبر منه المتمثل في الماء والعسل، فضلا عن ذلك ادعى احتوائه على الفيتامينات والأملاح المعدنية، دون استطاعته إثبات هذه المزايا، فأيدت محكمة النقض إدانته بجريمة الإشهار المضلل لتعلق التضليل بمكونات المنتج[83].

كما أيدت في قضية أخرى المحكمة ذاتها، إدانة أحد المعلنين بجريمة الإشهار المضلل بسبب قيامه بالإعلان عن مسحوق معد لإعداد عصير البرتقال مع وضع صورة برتقالة على الغلاف مما يعطي انطباعا بأن هذا المسحوق مستخلص من البرتقال،مع أن الأمر يتعلق بمواد وألوان صناعية بالكامل[84].

وفي هذا الإطار تجدر الإشارة إلى أن الخدمات كالسلع، فهي بدورها قد تتركب من مجموعة منتجات تشكل تركيب الخدمة، ومثال ذلك قيام إحدى الشركات السياحية بالإعلان عن تنظيم رحلات سياحية تتوفر فيها إقامة مريحة في فندق فئة ثلاثة نجوم على بعد

---

[83] - Cass. Crim, 4 avril 1998, n° 97. 81.690, cité par Fabre Régis, Bonnet-Desplan Marie-Pierre, S.Nadine, G.Nicolas, droit de la publicité et de la promotion des ventes, 3e édition, Dalloz, 2006, P :63.

[84] - Cass. Crim, 13 mars 1979, Ibid n° 104, .cité par Guérin Henri, op.cit, p :5.

50 مترا من البحر، في حين أن البحر كان يبعد عن الفندق بمسافة كيلو متر ولم تكن كل حجراته من ذات الفئة المعلن عنها[85].

و في نفس الاتجاه أدانت محكمة النقض الفرنسية شركة المجموعة العقارية الأوروبية واثنين من مديريها بجريمة الإشهار المضلل لإعلانها على الإنترنيت عن كراء شقة بمساحة 32 مترا مربعا، فتبين للمستأجرة بعدها أنها بمساحة 25 مترا مربعا فقط[86].

رابعا: جودة السلع أو الخدمات

Qualité du bien ou du service

تتحقق مغالطة الجمهور بشأن جودة السلع أو الخدمات عن طريق الإشهار في الحالات التي يشتمل فيها هذا الأخير على بيان أو عرض مضلل من شأنه أن يحمل الاعتقاد بأن السلعة أو الخدمة تتمتع بجودة عالية، في حين أن جودتها أدنى مما هو عليه في الحقيقة[87].

وتقتضي جودة السلع أو الخدمات استعمال كافة الوسائل لتحديدها سواء عن طريق البحث أو التحليل أو المعاينة أو المشاهدة[88].

---

[85] - Cité par **P. Greffe et F. Greffe** "la publicié et la loi", 5e Edition, libraires techniques, paris 1983 Page : 271.

[86] - Cass. Crim, 7 Mars 2006, n° 05-86.096, cité par le mémento pratique, op.cit, p : 896.

[87] - **Zeroual Abdelkébir**, Le droit de la distribution au Maroc – Adéquation ou inadéquation au développement, Edition Elmaârif Al jadida, Rabat 1991, p : 154

[88] – **الغماري جواد**، "جرائم الغش في البضائع" ، الطبعة الثانية ، صومادبل للنشر 2002، الصفحة: 227.

و لا شك أن المشرع المغربي من خلال قانون زجر الغش في البضائع، شأنه في ذلك شأن المشرع الفرنسي، قد قصد من وراء منعه لهذا النوع من الإعلان المضلل المتعلق بجودة السلع حماية سلامة المستهلكين.

خامسا: المحتوى من العناصر المفيدة

Teneur en principes utiles

يقصد بالعناصر المفيدة مجموعة الخصائص الأساسية التي يتوقف عليها تحديد القيمة الحقيقية للسلعة أو الخدمة المعلن عنها، ويضعها المستهلك في اعتباره لإتمام التعاقد[89].

ويتحقق الكذب أو التضليل في الرسالة الإشهارية على المحتوى من العناصر المفيدة بتوفرها أو غيابها. من ذلك مثلا : إدعاء تاجر بأن الدجاج المعروض للبيع قد تم تربيته وفقا للطرق التقليدية في الهواء وتمت تغذيته بغذاء سليم ومتوازن، في حين أن الأمر على خلاف ذلك فالدجاج المعلن عنه يتم تربيته في أماكن مغلقة ويتم تغذيته بغذاء اصطناعي [90].

و كذا الإعلان عن بيع جهاز استقبال يشتمل على 32 قناة متاحة على شاشة التلفاز، في حين أن 14 من بين 32 قناة هي قنوات مشفرة[91].

---

[89] - حول ذلك راجع: **أبران أحمد**، م.س، ص: 51.

[90] - Cité par P. Greffe et F. Greffe, Op. cit, page: 276.

[91] - « Constitue l'infraction de publicité de nature à induire en erreur réprimé par l'art. L. 121-1 du code de la consommation le fait pour un professionnel de

وقــد أيــدت محكمـــة الـــنقض الفرنســية إدانـــة مـــتهم بارتكـــاب جريمـــة الإشـــهار المضـــلل علـــى اعتبـــار قيامـــه بتســـويق تشـــكيلة مـــن المنتجـــات، وضـــع عليهـــا إشـــارة منـــزل « Maison » بواســـطة رســـم يمثـــل منـــزلا منفـــردا بمـــا يـــوحي أن هـــذه المنتجـــات مصـــنوعة فـــي المنـــزل، لكنهـــا ســـلع مصنوعة بمكونات لم تصنع قط في المنزل[92].

ومـــا تجـــدر الإشـــارة إليـــه هنـــا، أن التضـــليل فـــي المحتـــوى مـــن العناصـــر المفيـــدة للســـلع أو المنتجـــات، قـــد يشـــكل كـــذلك محاولـــة للخـــداع كمـــا يـــنص علـــى ذلـــك الفصـــل الرابـــع مـــن قـــانون زجـــر الغـــش فـــي البضـــائع[93] وبالتـــالي يرتـــب الجـــزاء المنصـــوص عليـــه فـــي الفصـــل الأول مـــن نفـــس القـــانون[94]. غيـــر أن المشـــرع المغربـــي لـــم يطبـــق هـــذا الجـــزاء

---

publier une publicité annonçant la vente d'antennes permettant la réception de " 32 chaînes disponible" de télévision sans préciser que 14 de ses 32 chaînes étaient cryptées » T.G.I, paris, 4 avril 1998, IBID n° 3, p : 29.(http:// SOS-net.net.org/conso/jurisdata/juri16.htm)

92 - Cass . Crim. 17 septembre 1998 IBID n° 3/1998.(http:// SOS-net.org/conso/jurisdata/juri16.htm)

93 – ينص الفصل الرابع من قانون زجر الغش في البضائع على ما يلي:

" تطبق العقوبات المنصوص عليها في الفصل الأول على كل من خادع المتعاقد أو حاول خداعه:

– ماهية البضائع وخصائصها الجوهرية وتركيبها ومحتواها من العناصر المفيدة؛..."

94 – و ينص الفصل الأول المشار إليه أعلاه على أنه.

يعد مرتكبا الغش عن طريق الخداع أو التزييف كل من غالط المتعاقد بوسيلة ما في جوهر أو كمية الشيء المصرح به أو قام خرقا لأحكام هذا القانون أو النصوص المتخذة لتطبيقه أو خلافا للأعراف المهنية و التجارية، بعملية تهدف عن طريق التدليس إلى تغييرهما.

ويعاقب الفاعل بالحبس من ستة أشهر إلى خمس سنوات وبغرامة من ألف و مائتي درهم إلى أربعة وعشرين ألف درهم أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط.

ويمكن الأمر بنشر الحكم بالعقوبة في جريدة أو عدة جرائد و بتعليقه في باب المؤسسة وفقا لأحكام مجموعة القنون الجنائي المتعلقة بنشر الأحكام القضائية و تعليقها.

علـــى التضـــليل فـــي الإشـــهار بشـــأن العناصـــر المفيـــدة للمنتجـــات أو الخـدمات المعلـن عنهـا، حيـث خصـص لـه جـزاء أقـل ممـا هـو منصـوص عليـه فـي الفصـل الأول مـن قـانون زجـر الغـش فـي البضـائع[95]، وبالتـالي يتضـح لنـا بـأن المشـرع المغربـي كـان متسـاهلا شـيئا مـا فـي جـزاء التضليل الإشهاري[96].

سادسا: النوع Espèce

يقصـد بـالنوع أو الصـنف مجمـوع العناصـر التـي تميـز منتجـا معينـا عـن منتجـات الجـنس نفسـه، كمـا يعـد عنوانـا أو تعريفـا لهـا، بحيـث يكفي ذكر نوع معين ليتجه الذهن إلى الشيء المراد[97].

وتتحقـق المغالطـة فـي نـوع المنتـوج أو الخدمـة عـن طريـق تضـمين الإشـهار بيانـا أو عرضـا كاذبـا أو مضـللا ينـتج عنـه تصـنيف المنتوج ضمن طائفة لا ينتمي إليها[98].

و إذا ارتكب الفاعل جريمة أخرى معاقبا عليها بأحكام هذا القانون خلال أجل خمس سنوات تلي التاريخ الذي صار فيه نهائيا حكم سابق بالعقوبة على مخالفة للأحكام المذكورة وجب على المحكمة أن تحكم بالحبس و تطبق حينئذ عقوبة العود وفقا للشروط المحددة في مجموعة القانون الجنائي، ويصدر الأمر وجوبا بتعليق الحكم بالعقوبة."

95 – ينص الفصل العاشر من قانون زجر الغش في البضائع على أنه: "يعاقب على المخالفات لأحكام هذا الفصل بغرامة من 200 إلى 7200 درهم".

96 – **الغماري جواد**، م.س، ص: 226

97- **Boléat Alain**, op.cit, page : 54 ; **Bordes-sue**, op.cit, p :60.

98 - إذا تضمن الإشهار بيانا مضللا حول نوع السلعة أو الخدمة المعلن عنها و على أساسه تم إبرام العقد بين المهني و المستهلك، جاز لهذا الأخير أن يرفع دعوى إبطال العقد للغلط وفقا للقواعد العامة في القانون المدني وخاصة الفصل 41 من قانون الالتزامات و العقود المغربي الذي ينص على أنه: " يخول الغلط الإبطال، إذا وقع في ذات الشيء أو في نوعه أو صفة فيه، كانت هي السبب الدافع إلى الرضى".

وكمثـــال علـــى ذلـــك المنتـــوج الـــذي يحمـــل نـــوع « Pharm » فـــي حين أنه لا ينتمي لطائفة المواد الصيدلية[99].

سابعا: المنشأ[100] **Origine**

عنـــدما يتخـــذ المســـتهلك قـــرارا بشـــراء ســـلعة مـــا، فإنـــه يكـــون مـــدفوعا لـــيس فقـــط بنوعيـــة أو جـــودة المنتـــوج أو مـــدى المنفعـــة الاقتصـــادية التـــي تعود عليه، وإنما قد يدفعه إلى الشراء أيضا منشأ البضاعة.

وهـــو الأمـــر الـــذي دفـــع بالمشـــرع المغربـــي مـــن خـــلال الفصـــل العاشـــر مـــن قـــانون زجـــر الغـــش فـــي البضـــائع –وعلـــى غـــرار التشـــريع الفرنســـي– إلـــى منـــع الإشـــهار الـــذي يتعلـــق بوجـــود أصـــل معـــين للبضـــاعة يثبت فيما بعد أنه غير صادق.

حول إبطال العقد للغلط، أنظر: **السنهوري عبد الرزاق أحمد**، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، نظرية الالتزام بوجه عام، منشورات الحلبي الحقوقية، 2000؛ **العبدلاوي ادريس العلوي**، شرح القانون المدني، النظرية العامة للالتزامات ، الطبعة الأولى، 1996؛ **الكزبري مأمون**، نظرية الالتزامات في قانون الالتزامات و العقود المغربي، الجزء الأول، الطبعة الثانية، 1972؛ **مرقس سليمان**، الوافي في شرح القانون المدني، المجلد الأول، مطبعة السلام، القاهرة، 1989.

[99] - C.A.Paris, 7 octobre 1982, IBID 1982 III – 204 et 241 ; Cass. Com. 7 octobre 1984, IBID 1985 III . 74.

أورده **معلال فؤاد**، بعض مظاهر حماية المستهلك في القانون الجديد للملكية الصناعية، مجلة في رحاب المحاكم، العدد 2، شتنبر 2009، ص:50

[100] – يعد المنشأ البلد أو الجهة أو المكان، و يستعمل المنشأ لتعيين منتج يكون متأصلا منه وترجع جودته أو سمعته أو مميزاته إلى الوسط الجغرافي الذي يشتمل على عوامل طبيعية وعوامل بشرية، وذلك حسب مقتضيات المادة 181 من القانون رقم 17.97 المتعلق بحقوق الملكية الصناعية، الصادر بتاريخ 9 ذي القعدة الموافق ل 15 فبراير 2000، (ج.ر عدد : 4776 بتاريخ 9 مارس 2000)، ص: 366. كما وقع تغييره وتتميمه بمقتضى القانون رقم 05.31 الصادر بتنفيذ الظهير الشريف رقم 1.05.190 بتاريخ 15 محرم 1427 الموافق ل 14 فبراير 2006، (ج.ر عدد 5397، الصادر بتاريخ 20 فبراير 2006).

إذ ينصب الكذب أو التضليل في منشأ السلعة في الحالة التي ينسب فيها المعلن منتوجه إلى منطقة معروفة بطبيعتها وجمالها، في حين أن الحقيقة على خلاف ذلك[101].

ومن التطبيقات القضائية في هذا الخصوص أن قضت محكمة النقض الفرنسية بأن تسويق علب البيض تحت تسمية " مزارع Argoat " من شأنها أن تهدف إلى تضليل المستهلك حول المصدر الجغرافي وتجعل الاعتقاد ينصرف إلى دجاج من مزارع كبيرة في حين أن الأمر على خلاف ذلك[102].

كما قضت بتوافر جريمة الإشهار المضلل في قضية تمثلت وقائعها في قيام أحد التجار بوضع كتابة على اللحم المعروض في محل جزارة مضمونها "الزبائن الأعزاء نضمن أن اللحم البقري فرنسي "، في حين أن المزود كان ورد له في اليوم السابق كمية من اللحم

101 - باعتبار أن تسميات المنشأ تسمح للمنتجين بتمييز منتوجاتهم ذات السمات الخاصة و المنحدرة من أصول جغرافية معينة عن مثيلاتها التي لا تتوفر فيها نفس السمات، فإنها تعد وسيلة لتنظيم المنافسة بين المنتجين، الأمر الذي دفع بالمشرع المغربي في قانون حماية الملكية الصناعية (قانون رقم 17.97) إلى الحرص على أن تتصف هذه التسميات بالنزاهة، حتى لا تتحول إلى منافسة غير مشروعة، وفي هذا الإطار تنص المادة 182 من القانون المذكور على أنه: " يعتبر غير مشروع: ... ب- الاستعمال المباشر أو غير المباشر لبيان جغرافي أو لتسمية منشأ كاذبة أو خادعة أو تقليد بيان جغرافي أو تسمية منشأ حتى و لو كان مشارا إلى منشأ المنتج الحقيقي أو كانت التسمية مترجمة أو مشفوعة بعبارات مثل "النوع" أو "الطريقة" أو "التقليد" أو ما شابه ذلك". و أيد هذا المنع بجزاء جنائي يتمثل في الحبس من شهر إلى ستة أشهر و بغرامة من 25.000 إلى 250.000 درهم أو بإحدى هاتين العقوبتين، وذلك دون الإخلال بالعقوبات المقررة في قوانين خاصة، وذلك حسب مقتضيات المادة 226 من قانون حماية الملكية الصناعية التي تحيل عليها المادة 231 من نفس القانون.

حول هذه النقطة راجع: **معلال فؤاد**، شرح القانون التجاري المغربي الجديد، الجزء الأول، الطبعة الثالثة، 2009، ص:330،331.

102 - Cass. Crim 19 Septembre 2004. n° 5857 . RJDA 2/05 N° 203.

البقــري تــم اســتيراده مــن ألمانيــا وهولنــدا، وتــم ضــبطه مــع اللحــم المعــروض للبيع من قبل رجال المراقبة[103].

وقـــد حكـــم القضـــاء أيضـــا بتـــوافر الإشـــهار المضـــلل اعتـــدادا بتعلـــق التضـــليل بالمنشـــأ، بالنســـبة لبـــائع أدوات المطـــبخ الـــذي يبـــين فـــي إعلاناتـــه أن الأطقـــم الصـــيني الـــذي يعرضـــه مصـــنوعة فـــي مدينـــة Limoge الشـــهيرة بهـــذه الصـــناعة، فـــي حـــين أن جـــزءا كبيـــرا منهـــا مصنوع في مدينة أخرى هي Berry [104].

ثامنا: الكمية Quantité

يتحقـــق التضـــليل الإشـــهاري فـــي كميـــة الســـلعة أو مقـــدارها بـــأن يـــتم الإشـــهار عـــن كيـــل أو وزن غيـــر مطـــابق للكميـــة الحقيقيـــة المعروضـــة للمســـتهلك، كـــأن يحمـــل المنتـــوج ملصـــقا عليـــه صـــافي وزن بكميـــة معينـــة، فـــي حـــين أن وزن المنـــتج واقعـــا أقـــل مـــن ذلـــك. حيـــث تكـــون رغبـــة المعلـــن فقـــط هـــي تصـــريف بضـــاعته، دون مراعـــاة لمصـــالح المســـتهلكين المعنيـــين بالإعلان.

وفـــي هـــذا الإطـــار اعتبـــر القضـــاء الفرنســـي بمثابـــة إشـــهار مضـــلل بيـــع علـــب مـــن الـــبن المطحـــون مســـجلا علـــى الغـــلاف عبـــارة أن وزن العلبـــة بالكامـــل هـــو كيلـــو غـــرام واحـــد، فـــي حـــين التحقيـــق أســـفر علـــى أن

103 - Cass. Crim 26 octobre 1999, Dr Pén, févr 2000, n° 21, p :17, cité par R. Fabre, B-Desplan M-Pierre, N. Sermet, N.Genty, op. cit, p :68

104 - Cass. Crim, 28 novembre 1983, Gazette du Palais. 1984, p : 258, note Saint-Geniest

وزن العلبة ينقص ب 7.83 غرام عن ما هو معلن عنه، وكان القدر المسموح به هو 7.5[105].

و يعتبر أيضا بمثابة تضليل في كمية السلع أو الخدمات حسب القضاء الفرنسي قيام وكالة عقارية بالإعلان عن بيع أرض صالحة للبناء مساحتها 3000 متر مربع في حين أنها بمساحة 2565 متر مربع فقط[106].

تاسعا: طريقة وتاريخ الصنع

Mode et date de fabrication

يتحقق التضليل في الرسالة الإشهارية حول طريقة وتاريخ الصنع، في الحالة التي يدعي فيها المعلن أن صناعة المنتوج الذي يروج له قد تم حسب طريقة كذا المعروفة، في حين أن طريقة صنعه مخالفة لما يدعيه، أو في الحالة التي يتم فيها تقديم المنتوجات على أنها طازجة، بينما الحقيقة على خلاف ذلك.

وتطبيقا لذلك أدانت محكمة الاستئناف بباريس مسؤول محلات التوزيع بارتكاب جريمة الإشهار المضلل، وذلك بسبب إعلانه عن بيع حلويات طازجة، في حين أنها قد تم تصنيفها منذ عدة أيام[107].

ومن التطبيقات القضائية للصورة الثانية، أي الإشهار الذي يتضمن بيانا أو عرضا مضللا حول طريقة صنع المنتوج، ما قضت

105 - T. Corr. Lyon 15 fèvrier 1979,cité dans le Mémento pratique, op.cit, p :897
106 - T. Corr. Lyon 10 avril 1975, cité par F et P Greffe, op.cit, p : 237
107 - CA. Paris 1er juillet 1974, JCP, éd G, 1975, II, 17939, note P-F. Divier.

بــه محكمــة الــنقض الفرنســية فــي قــرار لهــا بتــاريخ 12 نــونبر 1989 حيــث اعتبــرت بمثابــة إشــهار مضــلل، قيــام صــاحب مخبــزة بــالإعلان علــى أن الخبــز يــتم إعــداده فــي فــرن يعمــل بالخشــب، بينمــا يــتم إعــداده في الحقيقة بطريقة عصرية[108].

عاشرا: أثمان السلع أو الخدمات

Prix du bien ou du service

يعتبــر التضــليل فــي الأثمــان أكثــر صــور الإشــهار انتشــارا، فــالثمن عنصــر جــوهري يــؤثر فــي قــرار المســتهلك المرتقــب، ويتحقــق ذلــك في الحالة التي يكون فيها ثمن البيع مختلفا عن ما هو معلن عنه[109].

وتضــليل الســعر إمــا أن يكــون كليــا كالحالــة التــي لا يكــون فيهــا للســعر المعلــن عنــه أي وجــود فــي الواقــع، كمــا لــو أعلــن تــاجر عــن تخفيضات لم يطبقها، أو كانت التخفيضات المعلن عنها غير حقيقية.

وإمــا أن يكــون جزئيــا، وهــو يتحقــق فــي الحالــة التــي يكــون فيهــا الســعر المعلــن عنــه صــحيحا فــي حالــة دون أخــرى، كمــا لــو كــان صــحيحا بالنسبة لبعض السلع دون البعض الآخر.

ويزخــر القضــاء الفرنســي بتطبيقــات عديــدة حــول التضــليل فــي أثمــان الســلع أو الخــدمات، نــذكر منهــا قــرار محكمــة الــنقض الفرنســية

---

108 - Cass. Crim, 19 mai 1978, Gaz . pal . 1979,1,89. Note P et F Greffe

109 - حول التضليل في أثمان السلع أو الخدمات، أنظر:

Machichi Med Drissi Alami, Concurrence droits et obligations des Entreprise au Maroc, Casablanca : Eddif, 2004, p :49 etc ; **Decroux. P**, la publicité mensongère et la protection du consommateur, R.J.P.E.M, N°7, 1980.

صـــادر بتـــاريخ 5 مـــاي 1980 الـــذي قضـــت فيـــه بتـــوافر جريمـــة الإشـــهار المضـــلل بالنســـبة لمـــدير شـــركة العقـــارات بســـبب قيامـــه بحملـــة إعلانيـــة لحســـاب الشـــركة أعلـــن فيهـــا عـــن بنـــاء منـــزل بأثمـــان مخفضـــة ومحـــددة مقـــدما ومعروضـــة، فـــي حـــين ظهـــر أن الـــثمن المعلـــن مـــا هـــو إلا ثمـــن مؤقت، يخضع لإعادة النظر فيه تطبيقا للبنود الواردة في العقود[110].

وفـــي نفـــس الاتجـــاه قضـــت محكمـــة Caen بتـــوافر الإشـــهار المضـــلل اعتـــدادا بتعلـــق التضـــليل بـــالثمن، قيـــام أحـــد التجـــار بـــالإعلان عـن تصـفية شـاملة totale liquidation وعـن أسـعار مخفضـة خاصـة بـــأدوات منزليـــة، تبـــين بعـــدها أن جـــزءا مـــن البضـــاعة المعروضـــة فقـــط هو ما كان معنيا بذلك التخفيض[111].

وكـذلك قضـت محكمـة Aix en province بوجـود إشـهار مضـــلل، بســـبب الإعـــلان عـــن مجموعـــة أدوات Hi-fi بأســـعار مغريـــة، وذلـــك فـــي دفتـــر إعلانـــي خـــلال فتـــرة محـــددة، ثـــم تبـــين أن المنتجـــات المعروضـــة لـــم تكـــن متـــوافرة بتلـــك الأســـعار خـــلال تلـــك الفتـــرة لعـــدم تـــوافر المخزون[112].

---

[110] - Crim 5 fevrier 1980, Bull. Crim. 118 – Cass. Crim 1ère mars 1983. BID – 1984/4-Page 399, note Luc Bihl

[111] - Caen, 6 mars 1998, Juris-Data n° 040489. Cité par R.Fabre, M-Pierre, B-Desplan, N.Sermet, N.Genty, op.cit, p : 69.

[112] - Cass. Crim, 11 janvier 1990, Bull.Crim, N° 21 ; -Aix en province, 15 janvier 1998, Juris-Data n° 041502 ; note Giudicelli

الحادي عشر: شروط بيع السلع أو الخدمات

Conditions de vente des biens ou services

يتمثـــل التضـــليل فـــي الرســـالة الإشـــهارية حـــول شـــروط بيـــع الســـلع أو الخـــدمات فـــي الحالـــة التـــي يـــدعي فيهـــا المعلـــن أن بإمكـــان المشـــتري استبدال أو تغيير المبيع إذا لم يرقه أو لم يرضى عنه.

وتطبيقـــا لـــذلك أدان القضـــاء الفرنســـي تـــاجرا بجريمـــة الإشـــهار المضـــلل لقيامـــه بنشـــر إعـــلان للزبنـــاء يعلـــن فيـــه بـــأن جميـــع ســـلعه قابلـــة للاســـتبدال بشـــرط أن يـــتم إرجاعهـــا فـــي حالـــة جيـــدة، فـــي حـــين أن التـــاجر يرفض استبدال تلك السلع عندما يطلب منه ذلك من قبل الزبناء[113].

كمـــا قضـــت محكمـــة الاســـتئناف ببـــاريس بتـــوافر جريمـــة الإشـــهار المضـــلل بســـبب قيـــام صـــاحب محـــل للمجـــوهرات والســـاعات بـــالإعلان علـــى أن كـــل مـــن يشـــتري ســـاعة تمـــنح لـــه ســـاعة أخـــرى هديـــة، بينمـــا أن الحقيقة على خلاف ذلك[114].

---

[113] - Le fait d'annoncer aux clients : « Tous nos articles seront échangés à la condition expresse d'être retournés en bon état », alors que le commerçant refusant ensuite l'échange d'une marchandise. - Trib grand inst. D' Aix – en - Provence 17 juin 1965, cité par F. Greffe et P . Greffe, op.cit, p :244

[114] - La Cour de Paris (21 juin 1967) a condamné celui qui s'était livré à une publicité portant sur une montre, laissant croire qu'en achetant une montre on en recevait une deuxième à titre de cadeau. La cour a souligné que tels procédés de vente dénotaient une mentalité commercial infiniment regrettable.- CA. Paris 21 juin 1967, cité par P et F Greffe, op.cit, p :245.

الثاني عشر: شروط أو نتائج استعمال السلع أو الخدمات

Conditions ou résultats de leur utilisation du bien ou du service

نتـــائج اســـتعمال الســـلع أو الخـــدمات هـــي الغايـــة أو الأثـــر الـــذي ينتظـــره المســـتهلك مـــن الســـلعة أو الخدمـــة المعلـــن عنهـــا، ونتـــائج الســـلع أو الخـــدمات تـــرتبط ارتباطـــا وثيقـــا بعناصـــر أخـــرى مثـــل طبيعـــة الســـلع ومكوناتهـــا وخصائصـــها الجوهريـــة، الشـــيء الـــذي يجعـــل مـــن الصـــعب تقدير نتائجها استنادا إلى معيار موضوعي.

ويكـــون هنـــاك تضـــليل فـــي الرســـالة الإشـــهارية حـــول شـــروط أو نتـــائج اســـتعمال الســـلع أو الخـــدمات، حينمـــا يـــدعي المعلـــن بـــأن اســـتخدام المنتـــوج المعلـــن عنـــه يترتـــب عنـــه آثـــار طبيعيـــة وعلاجيـــة[115]، بينمـــا أن الأمـــر خـــلاف ذلـــك. أو فـــي الحالـــة التـــي يعـــرض فيهـــا المعلـــن إمكانيـــة تحقيـــق اســـتثمار مـــربح إلا أن حســـاب هـــذه الاســـتثمارات بدقـــة لا يمكـــن أن يحقق الدخل الوارد في الإعلان[116].

كمـــا قضـــت محكمـــة الـــنقض الفرنســـية بجريمـــة الإشـــهار المضـــلل لقيـام شـركة تسـويق منـتج يسـمى Banne chinoise بـالإعلان علـى أن منتوجهـا يحتـوي فـي داخلـه علـى خمـس نباتـات طبيعيـة ويشـفي مـن

115 - T.G.I . Grasse, 22 Avril 1975, cité par **Bihl Luc**, Le droit pénal de la consommation, édition Nathan, 1989, p :47

وللإشارة فإن عنصر التضليل في الإشهار قد انصب في هذه الدعوى على طبيعة المنتج، وعلى النتائج المتوقع حدوثها.

116 - Cass. Crim 12 novembre 1986, Bull.Crim, n° 861, note Luc Bihl

ويتعلق هذا القرار بالإعلان المضلل عن الآثار العلاجية والطبية لعسل النحل.

الآلام الحـــادة، فـــي حـــين أن هـــذا المنـــتج لـــيس لـــه أثـــر طبـــي أو علاجي[117].

و بالتـــالي نكـــون قـــد وضـــحنا العناصـــر التـــي تـــرتبط بذاتيـــة المنتـــوج المعلـــن عنـــه، لنعمـــل فـــي الفقـــرة المواليـــة علـــى دراســـة العناصـــر الخارجية للسلع أو الخدمات.

الفقـــرة الثانيـــة : التضـــليل في الإشـــهار حـــول العناصـــر الخارجية للسلع أو الخدمات

ويقصـــد بـــذلك أن تتضـــمن الرســـالة الإشـــهارية بيانـــا أو عرضـــا كاذبـــا أو مضـــللا لا يتعلـــق بذاتيـــة أو خصـــائص المنتـــوج الداخليـــة، بـــل بعناصـــر خارجيـــة تـــدور حـــول الســـلعة أو الخدمـــة المعلـــن عنـــه، وتتمثـــل هذه العناصر فيما يلي:

أولا: أسباب البيع أو التسليم أو تقديم الخدمات

Motifs de la vente, livraison ou de la prestation de services

ينصـــب التضـــليل حـــول أســـباب البيـــع، حينمـــا يعمـــد المعلنـــون فـــي رســـائلهم الإشـــهارية إلـــى ذكـــر أســـباب وحـــوافز للبيـــع تـــوهم الجمهـــور بأنـــه ســـوف يحظـــى بشـــروط اســـتثنائية أو ثمـــن مـــنخفض، بينمـــا الحقيقـــة علـــى خلاف ذلك.

[117] - Cass. Crim, 14 avril 1986, – Rev. con.conc 1986/36, p : 38.

ومـــن التطبيقـــات القضـــائية الصـــادرة بشـــأن التضـــليل حـــول أسـباب البيـع قيـام أحـد التجـار بالكتابـة علـى واجهـة محلـه " عبـارة تصـفية شـــاملة للمخـــزون قبـــل إجـــراء تغييـــرات أو بســـبب إجـــراء أعمـــال كبيـــرة للتحسـين، ثـم يثبـت أن التـاجر لـيس بإمكانـه القيـام بـذلك، وكـل مـا ينـوي القيام به هو بعض أعمال الصيانة المحدودة " [118].

وقـــد يعلـــن عـــن بيـــع ســـجاد شـــرقي بعبـــارة " مصـــدره الجمـــارك المركزيـــة " مضـــمون العبـــارة هنـــا لـــيس كاذبـــا، لأن كـــل الســـجاد المســـتورد يمـــر بالضـــرورة علـــى مصـــالح الجمـــارك، غيـــر أنهـــا يمكـــن أن تضـــلل الجمهـور الـذي قـد يعتقـد بـأن الأمـر يتعلـق بسـجاد تـم بيعـه بعـد إجـراء حجز على أموال المدين ومن تم أسعاره أقل من الأسعار العادية[119].

ثانيا: أساليب البيع أو التسليم أو تقديم الخدمات

Procèdes de la vente, livraison ou prestation de services

تقـوم جريمـة الإشـهار المضـلل فـي هـذه الصـورة لتعلـق التضـليل بأساليب البيع أو التسليم أو تقديم الخدمات ذاتها.

ومـــن التطبيقـــات القضـــائية الصـــادرة بشـــأن التضـــليل فـــي أســـلوب البيـــع قيـــام أحـــد المنتجـــين بـــالإعلان أن البيـــع يـــتم مباشـــرة مـــن المنـــتج إلـــى

---

[118] -Rouen, 20 mai 1975, Dalloz 1976, Somm, 52 ; Trib grand inst Rouen 23 février 1979, Dalloz 1979.p : 409

[119] - « Des affiches annonçant des ventes, à prix très avantageux, de tapis d'Orient « en provenance des douanes centrales » ; l'affirmation n'était pas fausse en elle-même, car tous les tapis importés transitent nécessairement par les services douaniers, mais elle pouvait induire en erreur le public en laissant croire qu'il s'agissait de tapis vendus après saisie, à des prix susceptible d'être inférieurs aux prix normalement pratiqués. » cité par Guérin Heinri "op .cit". page : 5.

المستهلك Vente directe du producteur، في حين أن المنتوجات قد تم شراؤها قبل إعادة بيعها[120].

هذا بشأن التضليل في أساليب البيع، أما التضليل في أساليب التسليم فيتحقق في الحالة التي يدعي فيها المعلن على أن تسليم البضاعة المشتراة يتم بعد ساعتين من أداء الثمن، في حين يتبين أن ذلك فقط من أجل جلب الزبائن بحيث لا يتم التسليم في الوقت المحدد في الإعلان.

وتطبيقا لذلك أدان القضاء الفرنسي المعلن بجريمة الإشهار المضلل بسبب قيامه بالإعلان على أن تسليم المنتجات أو الخدمات المعلن عنها يتم في مدة قصيرة للغاية، بينما أن الحقيقة على خلاف ذلك[121].

هذا ويتم التضليل في أساليب تقديم الخدمات في حالة إدعاء شركة التأمين مثلا على أن أعوانها ينتقلون إلى مكان المؤمن لهم لإبرام العقود، في حين أن الأمر على خلاف ذلك[122].

[120] - CA. Rouen 13 juillet 1984, Dalloz :1985, cité par le mémento pratique, op.cit, p : 901

[121] - Lyon, 7 mars 2007, JCP E 2008, n°3, p :18, obs, joly ; CCE 2007, n°84, obsn Debet ; Dr, Pénal 2008, CHron. 4, n°47, par Lepage ; RLDA avril 2007, 55, obs, Anadon ; Lettre distrib, avril 2007, p :5.

[122] – الغماري جواد، "المرجع السابق"، ص 234.

Portée des engagements ثالثا: مدى الالتزامات

قد يتخذ المستهلك قراره بشراء المنتج المعلن عنه مدفوعا بمضمون الالتزامات التي قطعها المعلن عن نفسه، فإذا ثبت لاحقا عدم صدق هذه الالتزامات، فإن من شأن ذلك الإضرار بمصلحة المستهلك، وهو الأمر الذي دفع بالمشرع المغربي إلى منع الرسالة الإشهارية التي ينصب فيها التضليل أو الكذب على التزامات المعلن.

وقد عمل القضاء الفرنسي على إدانة هذه السلوكات في العديد من المناسبات، وفي هذا الإطار أدين مدير مؤسسة للفنون بجريمة الإشهار المضلل لإعلانه في الصحف عن التزام المدرسة بمنح شهادات مصادق عليها من طرف الدولة، في حين أن هذه الشهادات لم تكن تتمتع بهذا الاعتراف[123].

وكذلك أيضا قيام موزع بالإعلان عن التزامه للزبون برد فارق الثمن إذا وجد نفس المنتوج بسعر أقل لدى موزع منافس، في حين أنه لا يلتزم بهذا الإجراء[124].

كما أدينت شركة سياحية بجريمة الإشهار المضلل لقيامها بتنظيم مسابقة يفوز فيها 12 متسابقا نتيجة سحب تجريه، ويكون لهؤلاء الفائزين الحق في رحلة سياحية لمدة معينة، وعندما يذهب

---

123 - Paris, 27 janvier 1998, Juris-Data, N° 02.0169, note Giudicelli

124 - « Un distributeur qui s'était engagé à rembourser la différence de prix au cas ou les acheteurs trouveraient les mêmes produits pour un prix inférieur dans un magasin concurrent et qui, en pratique, refusait d'effectuer ce remboursement » - T. Corr 2 décembre 1986, cité dans le Mémento pratique, op.cit, p : 900.

المتسابقون ويشاركون في الرحلة يكتشفون أن الشركة السياحية قد اقتصرت على حجز أماكن الفائزين دون التزام منها بتحمل نفقات الطعام أو النقل أو التدفئة، وهي التزامات جرى العمل على تحملها من جانب المعلن في مثل هذه الظروف[125].

رابعا: هوية أو صفة أو أهلية الصناع والباعة والمشهرين و المعلنين و منجزي الخدمات

Identité, qualité ou aptitude des fabricants, revendeurs, promoteurs, annonceurs et prestataires

يستخدم المعلنون في رسائلهم الإشهارية صفات من شأنها التأثير على قرار المستهلك لاختيار منتجاتهم أو خدماتهم التي يروجون لها بدل أخرى، وقد تكون هذه الصفات غير مطابقة للواقع فينخدع بها الجمهور، الأمر الذي يترتب عنها وقوع جريمة الإشهار المضلل.

ومن التطبيقات القضائية الفرنسية في هذا الخصوص إعلان الشركات العقارية عن عرض خدماتها بشكل يومي بأنها مفوضة من زبائن أجانب للقيام بإجراءات استيلام العقارات، في الوقت الذي ثبت أن دورها يقتصر على إرسال المستندات إلى مؤسسات عقارية أجنبية[126].

[125] - Rennes 10 janvier 1986, Revue juridique de l'ouest 1988, II, P : 231
[126] - T. Agen, 8 Juillet 1998, Juris-Data, N° 043571, note R. Fabre

كمـــا اعتبـــرت محكمـــة الـــنقض الفرنســـية أن الإشـــارة إلـــى اســـم شـــركة التوزيـــع علـــى البطاقـــة التـــي يحملهـــا البـــائع المكلـــف بـــالرواق الخـــاص بـــأجزاء الســـيارات، جعـــل الاعتقـــاد ينصـــرف إلـــى أن البـــائع مـــن عمـــال شـــركة التوزيـــع، فـــي حـــين أن تلـــك الصـــفة لـــم تكـــن تتـــوفر فيـــه، إذ يتقاضـــى أجـــره مباشـــرة مـــن شـــركة صـــنع العجـــلات ولـــيس مـــن شـــركة التوزيع[127].

ويـــدخل فـــي إطـــار جريمـــة الإشـــهار المضـــلل بشـــأن صـــفة المعلـــن حســـب محكمـــة الـــنقض الفرنســـية الإعـــلان الـــذي يقدمـــه الشـــخص تحـــت صـــفة غيـــر حقيقيـــة بهـــدف تـــرك النـــاس يعتقـــدون أن الشـــركة المعلـــن عنهـــا كانـــت هـــي شـــركة عائليـــة، بينمـــا كانـــت شـــركة لهـــا 40 محـــلا مـــن محـــلات التوزيع الكبرى ولم تكن عائلية[128].

هـــذا بشـــأن التطبيقـــات الصـــادرة بخصـــوص التضـــليل فـــي الصـــفة، أمـــا بشـــأن الهويـــة فقـــد قضـــت محكمـــة الـــنقض الفرنســـية فـــي قـــرار لهـــا صـــادر بتـــاريخ 20 مـــارس 2007 بأنـــه يعـــد بمثابـــة جريمـــة إشـــهار مضـــلل الإعـــلان فـــي الصـــفحات الصفـــراء les pages jaunes لـــدليل الهـــاتف عـــن ثـــلاث شـــركات خاصـــة بخدمـــة النقـــل مقترحـــة مـــن طـــرف 3 شـــركات

---

127 - « Indication du nom d’une société de distribution sur le badge porté par un vendeur de rayon accessoires-automobiles de cette société, alors que ce vendeur était exclusivement rémunéré par un fabricant de pneumatiques », Cass . Crim. 23 février 1989, Gazette du Palais 1989, p : 444.

128 - Cass . Crim. 11 mars 1986 B.D . 1986/7 P 76, note Luc Bihl

مختلفة، لإيهام المستهلك بأنه أمام شركات منافسة، بينما أن هذه الشركات المعلن عنها يتم تسييرها من طرف مسير واحد[129].

أما فيما يخص التطبيقات القضائية الصادرة بشأن التضليل في أهلية الصناع والباعة والمشهرين، فإن محكمة الاستئناف بباريس في قرار لها صادر بتاريخ 15 يناير1981، اعتبرت بمثابة إشهار مضلل ترك الاعتقاد بأن دليلا لتصنيف التاجر منشور من طرف شركة إشهار قد تم مراجعته (supervisé) من قبل جمعية للمستهلكين في حين أن الأمر ليس كذلك[130].

يظهر لنا مما سبق أن قيام الركن المادي لجريمة الإشهار المضلل يتطلب وجود إشهار و اتسامه بالتضليل و كذا وقوع هذا الأخير على أحد العناصر الواردة في الفصل 10 من قانون زخر الغش في البضائع، لكن هل هذا الركن كافي لوحده لقيام جريمة الإشهار المضلل أم تتطلب هذه الأخيرة توافر الركن المعنوي؟ أم أن لجريمة الإشهار المضلل خصوصية تمتاز بها؟

هذا ما سنحاول الإجابة عنه في المبحث الثاني تحت عنوان الركن المعنوي في جريمة الإشهار المضلل.

---

[129] -Cass. Crim . 20 mars 2007 n° 05. 85.253 – RJDA 10/07 n° 1019, cité par le mémento pratique, op.cit, p : 902.

[130] - « le fait de laisser croire qu’un guide de classement de commerçant édité par une société de publicité était supervisé par un association de consommateurs alors qu’il n’était ». CA. Paris 15/1/1981 : Gazette du palais, 1981. Somm, p :306

المبحث الثاني

الركن المعنوي في جريمة الإشهار المضلل

إن الجنايـــات والجـــنح لا يعاقـــب عليهـــا إلا إذا ارتكبـــت عمـــدا حسب مقتضيات الفصل 133 من القانون الجنائي[131].

ومـــن تـــم يكـــون مـــن الـــلازم إبـــراز عنصـــر ســـوء النيـــة[132] والتـــدليل عليـــه فـــي كـــل حالـــة علـــى حـــدا عنـــدما يتعلـــق الأمـــر بالجنايـــات أو الجنح[133].

---

131 – ظهير شريف رقم 1.59.413 الصادر في 28 جمادى الثانية 1382 (26 نونبر 1962) المصادقة على مجموعة القانون الجنائي، منشور بالجريدة الرسمية عدد 2640 مكرر بتاريخ 12 محرم 1383 (5 يونيو 1963)، ص 1253.
وتقابله الفقرة الأولى من المادة 3 – L122من قانون العقوبات الفرنسي التي تنص :
" Il n'y a point de crime ou de délit sans intention de la commettre ".

132 – وهو ما سار عليه العمل القضائي سواء في المغرب أو في فرنسا. إذ جاء في قرار لمحكمة الاستئناف بالرباط صادر في 13 أكتوبر 1959 أن جنحة الغش في المواد الغذائية يجب أن تتميز بسوء النية أو بالقصد الجنائي للمتهم، وهذا العنصر ضروري لقيام الجنحة، قرار منشور بمجلة المحاكم المغربية 1960 ، ""، أورده: Blanc François-Paul, op.cit, p : 8

وجاء في قرار المجلس الأعلى الصادر بتاريخ 7 فبراير 2002 مايلي: " لكن حيث إن القرار المطعون فيه أيد الحكم الابتدائي في مبدأ الإدانة فيكون قائلا بعلله و أسبابه.

و أن الحكم الابتدائي المؤيد عندما قضى بإدانة العارضة من أجل جنحة الغش في مادة الحليب و التي تتحقق بمجرد إنجاز الفعل الممنوع قانونا وهو في النازلة إنتاج مادة غير متوفرة على المواصفات المطلوبة قانونا و لا يشترط فيها حصول الضرر، فقد أسس إدانته على مقتضيات القرار الوزيري الصادر بتاريخ 1926/8/6 و الذي ينص في فصله الثالث على أنه كل ما يقع في الحليب من الغش و الخداع يعتبر مضرا بالصحة و عليه فيعاقب مرتكبه بالعقوبات المنصوص عليها في الفصل 13 من ظهير 14/10/14 (الذي حل محله ظهير 84/10/5)، ومن جهة ثانية يكون (أي القرار المطعون المؤيد للحكم الابتدائي) قد أبرز عنصر سوء النية المتجلى في قيام العارضة بالتخلي على التزامها بمقتضيات القرار الوزيري 1926/8/6 المذكور و ذلك بإنتاجها مادة مخالفة للمواصفات التي حددها مما يجعله مؤسسا و الوسائل أعلاه على غير أساس". قرار عدد 8/319 المؤرخ في 7 فبراير 2002، ملف جنحي 2000/8/6/4674، أورده **ذ. مهم أبوبكر**، الوسائل الوقائية لحماية المستهلك، أطروحة لنيل الدكتوراه في الحقوق، شعبة القانون الخاص، كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية جامعة الحسن الثاني، البيضاء، 2004/2003، ص: 559.

غيـر أن المشـرع المغربـي مـن خـلال الفصـل العاشـر مـن قـانون زجـر الغـش فـي البضـائع، قـد خـرج عـن هـذه القاعـدة العامـة الـواردة فـي القـانون الجنـائي، بحيـث لـم يشـر إلـى عنصـر سـوء النيـة لقيـام جنحـة الإشـهار المضـلل، ويتضـح ذلـك مـن خـلال مقتضـيات الفقـرة السادسـة من الفصل أعلاه التي تنص على أنه :

((يعتبـر أن هنـاك جنحـة بمجـرد مـا يقـع الإعـلان أو يتسـلم أو يتلقى في المغرب)).

و هـو الـنهج الـذي سـبق للمشـرع الفرنسـي أن سـار عليـه فـي هـذا الإطـار، بحيـث لـم يـنص علـى وجـوب تـوفر عنصـر سـوء النيـة فـي جريمـة الإشـهار المضـلل، و ذلـك بعـد سلسـلة مـن التطـورات التـي عرفهـا هـذا التشـريع، حيـث جـاء قـانون 27 دجنبـر 1973، الـذي انتقلـت أحكامـه لقـانون الاسـتهلاك ل 6 يوليـوز 1993، بتعـديل جـوهري فـي إعـادة بنـاء جريمـة الإشـهار المضـلل. إذ لـم يعـد يـنص علـى شـرط سـوء النيـة La mauvaise foi لقيـام الجريمـة كمـا كـان عليـه الأمـر فـي ظـل القانون الصادر في 2 يوليوز 1963[134].

كما قضت محكمة النقض الفرنسية في قرار لها صادر بتاريخ 5 نونبر 1969 بأن جنحة الخداع في محتوى البضاعة من العناصر المفيدة المباعة لا تقوم إلا إذا توفر قصد الغش، ويجب على كل حكم أو قرار، تحت طائلة البطلان، أن يثبت الظروف التي يستنتج منها سوء النية. والقانون لا يفترض سوء النية بالنسبة لهذه الجنحة.

Cass. Crim 5 novembre 1969, Gazette du Palais, 1970, p :81

[133] – وقد سايره في ذلك واضعوا مشروع قانون حماية المستهلك رقم 31.08، إذ ينص هذا الأخير في المادة 174 على أن: " ...و تتكون الجنحة بمجرد القيام بالإشهار أو الإطلاع عليه أو تلقيه في المغرب".

[134] – تنص المادة الخامسة من قانون 2 يوليوز 1963 على ما يلي :

وقد أدى هذا التعديل إلى اختلاف الفقه والقضاء في فرنسا حول ما إذا كانت جريمة الإشهار المضلل ظلت جريمة عمدية، أم أنها أصبحت جريمة غير عمدية يكفي لقيامها الخطأ غير العمدي وذلك على النحو التالي :

الموقف الأول : يرى أنصاره[135]، أن جريمة الإشهار المضلل تضل جريمة عمدية رغم سكوت المشرع الفرنسي في المادة 1-44 من قانون 1973 عن اشتراط الركن المعنوي في جريمة الإشهار المضلل خلافا عما كان عليه الأمر في ظل قانون 2 يوليوز 1963، إذ يعتبرون أن سكوت المشرع عن اشتراط سوء نية المعلن لا يمكن أن ينهض دليلا كافيا على استبعادها لتجريم الإشهار المضلل، وأن المشرع لو قصد استبعادها لنص على ذلك صراحة.

وبالتالي يجب الاحتفاظ بالركن المعنوي استنادا إلى المبادئ العامة للقانون الجنائي وإلى الأعمال التحضيرية للقانون، و من تم

« Est interdite toute publicité ***faite de mauvaise foi***, comportant des allégations fausses ou induisant en erreur, lorsque les allégations sont précises et portant sur un ou plusieurs des éléments – ci – après :
La nature ; l'origine ; les qualités substantielles ; la date de fabrication ; les propriétés des produits aux prestataires de service, qui font d'objet de la publicité ; les motifs ou les procèdes de vente ; les résultats qui peuvent être attendus de leur utilisation ; l'identité, les qualités ou aptitudes du fabricant, des revendeurs ou de prestataire. »

135 - Jean Glaude Fourgoux, la publicité mensongère délit intentionnel, Gazette du palais, 8 Février 1977, Doctrine, Page :76.

يجب على القضاء و النيابة العامة إثبات سوء نية المعلن قبل الحكم بالإدانة.

وقد أخذ القضاء الفرنسي بهذا الاتجاه ضمنيا في القرار الصادر عن الغرفة الجنائية لمحكمة النقض الفرنسية في 26 أبريل 1976 الذي رفضت من خلاله المحكمة نقض أحكام اقتصر فيها الركن المعنوي على مجرد الخطأ بإهمال أو عدم تبصر[136].

<u>الموقف الثاني</u> : ويرى أنصاره[137]، أن جريمة الإشهار المضلل تبقى جريمة عمدية، ويجب لقيامها ركن معنوي وهو العمد، و أن قصد المشرع من إغفال الإشارة إلى سوء نية المعلن هو قلب عبء الإثبات، بحيث تكون النيابة العامة غير ملزمة بإثبات قيام سوء نية المعلن ما دام أن القانون أقام قرينة المسؤولية على عاتق المعلن[138].

وأنه افترض قيام هذا الركن تيسيرا للعقاب، الأمر الذي يؤدي إلى تحقيق ردع أكثر فعالية.

---

[136]- - Cass . Crim 4 mars 1976, G.P, 1976 ; Paris 19 janvier 1977, G.P, 1977,1,239, note J.G Fourgoux

[137] - **Bhil Luc**, op.cit, p : 49 ; **Foures. R**, la mauvaise foi dans la publicité mensongère, Gazette du palais 5 avril 1977, Doctrine, page:170.

[138] - وهو الرأي الذي ذهب إليه الأستاذ M.Ch.Ribaut في تعليقه على قانون 27 دجنبر 1973، إذ يقول:

« La modification intervenue en 1973 tend seulement à dispenser le ministère public de réunir la preuve de la mauvaise foi du prévenu. Pratiquement une présomption de responsabilité de fait est retenue à la charge de ce dernier qui conserve toutefois la possibilité de démonter sa bonne foi ». Gazette du palais, 22 septembre 1976, P :2, cité par P. Greffe et F. Greffe, op.cit, p :215.

وسـايـر القضـاء هـذا الاتجـاه، عنـدما أبـدى تشـدده فـي مواجهـة المعلن، متساهلا في إثبات خطئه عن طريق افتراض مسؤوليته[139].

غيـر أن مـا يؤخـذ علـى هـذا الاتجـاه هـو مخالفتـه لأبسـط القواعـد العامـة للإثبـات فـي المـواد الجنائيـة، و التـي منهـا علـى الأخـص أن المتهم بريء إلى أن تثبت إدانته[140].

الموقـف الثالـث: وذهـب أنصـاره[141] إلـى أن جريمـة الإشـهار المضـلل تغيـرت طبيعتهـا مـن جريمـة معنويـة إلـى جريمـة ماديـة (Délit contraventionnel) وفقـا للمـادة 1-44 مـن قـانون 1973، و مـن تـم يجـرم مجـرد الفعـل المـادي بمـا يترتـب عنـه مـن ضـرر للمسـتهلك، ونتيجـة لـذلك فـإن مسـؤولية المعلـن حسـب هـذا الاتجـاه ترتكـز علـى الطـابع المعيـب للمنتـوج المعلـن عنـه و لـيس علـى السـلوك الشخصـي للمنتج أي ما إذا كان قد صدر خطأ من جانبه أم لا.

---

139 - Cass.Crim, 16 janvier 1976, JCP, éd E, 1976,IV, p :79

140 - ينص الفصل الأول من قانون المسطرة الجنائية المغربي ل 3 أكتوبر 2002 (ج ر عدد 5087 بتاريخ 30 يناير 2003) على أن :

" كل متهم أو مشتبه فيه بارتكاب جريمة يعتبر بريئا إلى أن تثبت إدانته قانونا بمقرر مكتسب لقوة الشيء المقضي به، بناء على محاكمة عادلة تتوفر فيها كل الضمانات القانونية.

يفسر الشك لفائدة المتهم."

141 - S. Baille, op.cit, p : 47 ; Pirovano, note sous crimin. 5 mai 1977, Dalloz, p :502.

وتتميــــز هـــذه المســـؤولية بصـــرامتها، بحيـــث لا يكـــون بإمكـــان المنـــتج (المعلـــن) أن يقـــوم بتحديـــد مســـؤوليته أو اســـتبعادها بواســـطة شـــرط من شروط تحديد أو إعفاء المسؤولية[142].

تطبيقـــا لـــذلك أدانـــت محكمـــة الـــنقض الفرنســـية فـــي قـــرار لهـــا بتـــاريخ 3 ينـــاير 1984 صـــاحب فنـــدق بجريمـــة الإشـــهار لعـــدم وفائـــه بالالتزامـــات المعلـــن عنهـــا حـــول تنظـــيم رياضـــة التزحلـــق علـــى الجليـــد تحـــت إشـــراف أحـــد المرشـــدين مـــع تـــوفير خدمـــة النقـــل، وذلـــك بـــالرغم مـــن أن تخلفـــه عـــن الوفـــاء بالالتزامـــات كـــان نتيجـــة قـــوة قـــاهرة، إذ اقتصـــرت المحكمـــة مـــن خـــلال قرارهـــا أعـــلاه علـــى تـــوافر الـــركن المـــادي، ودون النظر إلى الاحتياطات التي اتخذها المعلن[143].

---

142 - **Schamp. G**, la mise en danger : un concept fondateur d'un principe général de résponsabilité (analyse de droit comparé), éd Bruylant Bruxelles et L.G.D.J Paris 1988, p :774, 775.

143 - Cass.Crim, 3 janvier 1984, JCP, éd E, 1984.I.13188.

الموقـــف الرابـــع: يـــرى أنصـــاره[144] أن جريمـــة الإشـــهار المضـــلل جريمـــة غيـــر عمديـــة[145]، يكفـــي لقيامهـــا أن يرتكـــب المعـــن خطـــأ بســـبب إهمالـــه أو عـــدم احتياطـــه[146] فـــي الرســـالة الإشـــهارية حتـــى يقـــع تحـــت طائلـــة القـــانون، ويســـتند أنصـــار هـــذا الموقـــف علـــى مقتضـــيات المـــادة L121-3 مـــن القـــانون الجنـــائي الفرنســـي التـــي تـــنص علـــى أنـــه: " لا وجـــود لجنايـــة أو جنحـــة دون قصـــد ارتكابهـــا، غيـــر أنـــه متـــى نـــص القـــانون علـــى ذلـــك تقـــوم الجنحـــة فـــي حالـــة عـــدم الاحتيـــاط، الإهمـــال أو تعـــريض الغير للخطر عمدا..."

وتســـتكمل المـــادة L121-3 بالمـــادة 339 مـــن القـــانون الجنـــائي كمـــا وقـــع تعديلـــه بمقتضـــى قـــانون 16 دجنبـــر 1992[147] التـــي تـــنص علـــى أن : " كـــل الجـــنح غيـــر العمديـــة الخاضـــعة للعقـــاب بنصـــوص ســـابقة لتطبيـــق هـــذا القـــانون تبقـــى قائمـــة فـــي حالـــة عـــدم الاحتيـــاط، الإهمـــال أو

---

144 - Auloy Jean Calais- et Steinmetz Frank, op,cit, p :131

145 - و ليس جريمة مادية مادام أن هذا النوع من الجنح قد تم حذفه من القانون الجنائي الجديد، باستثناء المخالفات.

146 - وهو ما أكدته محكمة النقض الفرنسية في قرارها الصادر بتاريخ 25 أكتوبر 1999، الذي جاء فيه:

« L’élément moral du délit de publicité de nature à induire en erreur prévu par le code de la consommation est caractérisé par une simple faute d’imprudence ou de négligence ». Cass.Crim 25 octobre1999, Dr Pén, février 2000, n°21, P 17, cité par R. Fabre, op. cit, p : 68.

147 - loi n° 92-1336 du 16 décembre 1992 relative à l’entrée en vigueur du nouveau code pénal et à la modification de certaines dispositions de droit pénal et de procédure pénale rendue nécessaire par cette entrée en vigueur.

تعـــريض الغيـــر المتعمـــد للخطـــر، وإن لـــم يـــنص القـــانون صـــراحة علـــى ذلك "[148].

وعلـــى هـــذا الأســـاس لا يمكـــن للمعلـــن الـــذي يقـــوم بنشـــر إعـــلان مـــن شـــأنه أن يولـــد التضـــليل فـــي ذهـــن المتلقـــي أن يـــتخلص مـــن المســـؤولية إلا بإثبـــات أنـــه قـــد اتخـــذ كافـــة الإجـــراءات وقـــام بكـــل الإحتياطـــات اللازمـــة لفحص الرسالة الإشهارية.

وهكـــذا لا يمكـــن للمعلـــن أن يتمســـك وراء جهلـــه بحقيقـــة الإشـــهار ويتخـــذ ذلـــك ســـندا للبـــراءة، بـــل عليـــه أن يلتـــزم بفحـــص ومراجعـــة الإشـــهار قبل نشره أو إذاعته.

وتأييـــدا لهـــذا أدانـــت محكمـــة الـــنقض الفرنســـية مـــدير وكالـــة ســـياحية لإعلانـــه فـــي كتـــالوج عـــن جولـــة ســـياحية فـــي جزيـــرة سيشـــيل Seychelles ، إلا أن الرحلـــة المعلـــن عنهـــا لـــم تـــتم، كمـــا أن بعـــض برامجهـــا المقـــررة فـــي الكتـــالوج لـــم تنفـــذ، وجـــاء فـــي حيثيـــات القـــرار أن المعلـــن لـــم يتخـــذ الاحتياطـــات الكافيـــة ولـــم يفحـــص بدقـــة مـــا نشـــره مـــن إعلانات[149].

وجـــاء فـــي قـــرار آخـــر لمحكمـــة الـــنقض الفرنســـية علـــى أنـــه : ((كـــان يتعـــين علـــى المـــتهم بصـــفته معلنـــا، التأكـــد قبـــل إذاعـــة النصـــوص

148- « Tous les délits non intentionnels réprimés par des textes antérieurs à l’entrée en vigueur de la présente loi demeurent constitués en cas d’imprudence, de négligence ou de mise en danger délibérée de la personne d’autrui, même lorsque de la loi ne le prévoit pas expressément ».

149 - Cass .Crim, 4 février 1986, Bull .Crim, n° 105, note H. Guérin

الإعلانيـــة المعلنـــة مـــن دقـــة المعلومـــات التـــي يـــتم إعطاؤهـــا، وترتـــب علـــى انتفـــاء ذلـــك إذاعـــة معلومـــات خاطئـــة عـــن الوظـــائف التـــي كـــان باســـتطاعة الشركة توفيرها للمرشحين))[150].

كمـــا قضـــت كـــذلك بأنـــه: ((لـــيس للمتهمـــين التمســـك بحســـن نيـــتهم، إذ أن ســـوء النيـــة لـــيس ركنـــا فـــي جريمـــة الإشـــهار المضـــلل، وأن الـــركن المعنـــوي يتميـــز بالإهمـــال المتمثـــل فـــي عـــدم اتخـــاذ الاحتياطـــات اللازمة للتأكد من صحة البيانات الواردة على الشريط الملصق))[151].

ونحـــن نـــرى بـــأن الـــرأي القائـــل بعـــدم تطلـــب شـــرط ســـوء نيـــة المعلـــن، و الاكتفـــاء بخطـــأ المعلـــن النـــاتج عـــن الإهمـــال للعقـــاب علـــى الإشهار المضلل، هو أقرب إلى الصواب.

ودليلنـــا فـــي ذلـــك ســـكوت المشـــرع فـــي قـــانون 27 دجنبـــر 1973 عـــن اشـــتراط ســـوء النيـــة الـــذي كـــان يـــنص عليـــه صـــراحة قـــانون 1963 وهو ما يعني إلغاء هذا الشرط، لإدانة المعلن.

إضـــافة إلـــى ذلـــك ينبغـــي النظـــر إلـــى الـــركن المعنـــوي فـــي الإشـــهار المضـــلل، بمفهـــوم اجتمـــاعي ولـــيس بمفهـــوم قـــانوني ضـــيق، ذلـــك أن الإشـــهار المضـــلل بحكـــم انتشـــاره وتـــأثيره والـــدور الـــذي يلعبـــه فـــي تســـويق

---

[150] - Cass .Crim, 24 octobre 2003, N° de pourvoi 97.82763

أشارت إليه قوراري فتيحة محمد، م.س، ص:296.

[151] - les négociants ne sauraient invoquer leur bonne foi alors que la mauvaise foi n'est pas un élément constitutive du délit de publicité de nature à induire en erreur et que l'élément moral est caractérise par la négligence ayant consiste à ne pas prendre les précautions utiles pour s'assurer de la véracité des énonciations de l'étiquette. Cass. Crim . 7 mars 2006, no de pourvoi 05 – 82589, note R.Fabre

البضائع، ينبغي أن يكون صادقا، وأن يحمي المستهلك عن التضليل الذي قد تشتمل عليه الرسالة الإشهارية. واشتراط سوء نية المعلن يعني تقييد هذه الحماية، والحد منها بما يفتح الباب على مصراعيه للتهرب من أحكام القانون.

ثم إن المعلن بحكم أنه مهني متخصص، يتوافر لديه الوسائل الفنية والتقنية التي يسهل عليه العلم السابق بكل ما تتضمنه الرسالة الإشهارية، فلا يتصور والأمر كذلك أن يفترض جهله بما تتضمن الرسالة الإشهارية من بيانات كاذبة أو مضللة، بل على العكس يفترض علمه بها.

من كل ذلك فإن استبعاد سوء النية كشرط للمساءلة على الإشهار المضلل، من شأنه أن يجعل مصدر الإعلان L'annonceur أكثر حذرا فيما يصدر عنه من إعلانات، وفي ذلك حماية حقيقية لرضا المستهلك، هذه الحماية التي عمل المشرع المغربي جاهدا في توفيرها من خلال مقتضيات الفصل 10 من قانون زجر الغش في البضائع الذي لم يتطلب شرط سوء النية لقيام جريمة الإشهار المضلل.

من كل ما سبق يمكن القول بأن قيام المعلن بالتضليل في المنتوجات أو الخدمات المعلن عنها في إحدى إعلاناته، يرتب قيام جريمة الإشهار المضلل وبالتالي يرتب آثارها. فما هي إذن آثار جريمة الإشهار المضلل؟

الفصل الثاني

آثار جريمة الإشهار المضلل

بارتكـــاب المعلـــن للتضـــليل فـــي إحـــدى البيانـــات المتعلقـــة بالمنتوجـــات أو الخـــدمات المعلـــن عنهـــا تقـــوم جريمـــة الإشـــهار المضـــلل في حقه، وبالتالي ترتب آثارها.

و آثـــار جريمـــة الإشـــهار المضـــلل، كمـــا هـــي منصـــوص عليهـــا فـــي الفصـــل العاشـــر مـــن قـــانون زجـــر الغـــش فـــي البضـــائع، تتمثـــل فـــي المسؤولية الجنائية(المبحث الأول)، وفي الجزاء (المبحث الثاني).

المبحث الأول

نطاق المسؤولية عن جريمة الإشهار المضلل

عمـــل المشـــرع المغربـــي علـــى تحديـــد نطـــاق المســـؤولية عـــن جريمـــة الإشـــهار المضـــلل فـــي الفصـــل العاشـــر مـــن قـــانون زجـــر الغـــش، بحيـــث نـــص مـــن خلالـــه علـــى أن المعلـــن المباشـــر الإعـــلان لحســـابه يكـــون مســـؤولا بصـــفة أصـــلية عـــن المخالفـــة المرتكبـــة، و إذا كـــان المخـــالف شخصا معنويا ألقيت المسؤولية على مسيريه.

والملاحـــظ أن المشـــرع المغربـــي فـــي الفصـــل المـــذكور لـــم يتطـــرق إلـــى المشـــارك فـــي جريمـــة الإشـــهار المضـــلل[152]، الأمـــر الـــذي يـــدفعنا إلـــى البحث في المشارك وفقا للقواعد العامة.

[152] - على خلاف المشرع الفرنسي الذي ذهب إلى أن المشاركة في جريمة الإشهار المضلل يعاقب عليها وفقا لأحكام الشريعة العامة، وذلك في المادة L121-5 من قانون الإستهلاك ، حيث تنص المادة على أن: " المعلن الذي تم الإعلان لحسابه يكون مسؤولا بصفة شخصية عن الجريمة المرتكبة. وإذا كان المخالف شخصا معنويا يتحمل المسؤولية مسيريه.

ويعاقب على الاشتراك طبقا لأحكام الشريعة العامة...".

لـذلك سـندرس المسـؤولية الجنائيـة عـن جريمـة الإشـهار المضـلل بالنسـبة للفاعـل الأصـلي (المطلـب الأول)، وأيضـا بالنسـبة للمشـارك فـي الجريمة (المطلب الثاني).

المطلب الأول

مسؤولية الفاعل الأصلي في جريمة الإشهار المضلل

يظهـر مـن خـلال مقتضـيات الفقـرة 5 و 6 مـن الفصـل 10 مـن قـانون زجـر الغـش فـي البضـائع أن المسـؤولية عـن جريمـة الإشـهار المضـلل تقـع بصـفة أصـلية علـى المعلـن المباشـر الإعـلان لحسـابه (مسـؤولية الشـخص الطبيعـي)،كمـا قـد تقـع علـى مسـيري الشـخص المعنوي[153] (مسؤولية مسيري الشخص المعنوي).

غير أن التعديل الذي عرفته المادة L121-5 بمقتضى المادة 39 من القانون رقم 3-2008 الصادر بتاريخ 3 يناير 2008، لم تعد تنص صراحة على المشارك في الجريمة، بحيث تنص الفقرة الأولى من المادة L121-5 بعد التعديل:

« La personne pour le compte de laquelle la pratique commerciale trompeuse est mise en œuvre est responsable, à titre principal, de l'infraction commise. »

أما مشروع قانون حماية المستهلك المغربي رقم 3ق1.08 فقد وضح هذه المسألة في المادة 174 التي جاء فيها: " ...إذا كان مرتكب المخالفة شخصا معنويا يتحمل مسيروه المسؤولية. ويعاقب عن المشاركة في الجريمة طبقا لأحكام القانون العادي".

[153] – وذلك حسب مقتضيات الفقرة 5و6 من الفصل10 من قانون زجر الغش في البضائع، وكذا المادة L121-5 من قانون الاستهلاك الفرنسي، والتي تقابلهما المادة 174 من مشروع قانون حماية المستهلك المغربي

الفقرة الأولى: مسؤولية الشخص الطبيعي عن جريمة الإشهار المضلل

أثارت عبارة " المعلن المباشر الإعلان لحسابه " الواردة في الفقرة 4 من الفصل العاشر من قانون زجر الغش في البضائع[154] بعض الاختلاف في التفسير، و في هذا الإطار انقسمت الآراء إلى اتجاهين:

التفسير الأول: يرى أن الشخص المباشر الإعلان لحسابه هو الشخص الذي يستفيد من الإعلان.

والتفسير الثاني: يرى بأن الشخص المباشر الإعلان لحسابه هو الشخص الذي يصدر الأمر بالإعلان[155].

وإذا كان يصح اجتماع صفتي المنتفع والآمر بالنشر في شخص واحد، فإنه يحدث أيضا عدم اجتماعهما، كما لو كان الآمر بالنشر نائبا أو وكيلا عن المستفيد منه[156].

وفي تفسير القضاء الفرنسي لعبارة " المعلن المباشر الإعلان لحسابه " تبنى التفسير الثاني، أي ضابط السلطة[157].

و هكذا يسأل باعتباره فاعلا أصليا في جريمة الإشهار المضلل من أعطى أمر نشر الإعلان، وإن ترك لغيره مهمة الإعلان وتحريره، ثم متابعة أمر نشره.

---

[154] _ التي تقابلها في القانون الفرنسي الفقرة الأولى من المادة L121-5 من مدونة قانون الاستهلاك .

[155] - Boléat Alain, op . cit, page: 89.

[156] - D. Mayer, op.cit, p:93.

[157] - Cass. Crim 22 mars 1982, Bull. Crim . p 430, note P. Greffe et F. Greffe

و يكـــون المعلـــن هـــو الشـــخص الآمـــر بنشـــر الإعـــلان وإذاعتـــه كيفمـــا كانـــت صـــفته، وبالتـــالي لا يحـــول دون مســـاءلته كونـــه غيـــر مهنـــي، ولا كونه قد تصرف في ذلك كنائب عن الغير أو وكيل عنه.

فـــي هـــذا الإطـــار ذهبـــت محكمـــة الـــنقض الفرنســـية إلـــى اعتبـــار الوكيـــل العقـــاري الـــذي تلقـــى أمـــرا ببيـــع عقـــار ترجـــع ملكيتـــه لأحـــد الأشـــخاص، والـــذي قـــام بنشـــر إعـــلان فـــي إحـــدى الصـــحف يتضـــمن بيانـــات كاذبـــة بشـــأن المســـاحة، مســـؤولا بصـــفة أصـــلية كفاعـــل أصـــلي فـــي جريمـــة الإشـــهار المضـــلل، ولـــم يقبـــل منـــه دفعـــه بـــأن البيانـــات الكاذبـــة المنشـــورة فـــي الإعـــلان كـــان قـــد تلقاهـــا عـــن المالـــك، وأنـــه تصـــرف كنائـــب عنـــه، وعللـــت المحكمـــة قرارهـــا بأنـــه لا يفقـــد صـــفته كفاعـــل أصـــلي فـــي الجريمة بمجرد أنه تصرف كوكيل عن غيره[158].

وترتكـــز مســـؤولية المعلـــن فـــي هـــذا الشـــأن، علـــى كونـــه ملـــزم بضـــرورة مراجعـــة الإعـــلان والتأكـــد مـــن صـــحة البيانـــات والإدعـــاءات التـــي يتضـــمنها، وهـــو مـــا يظهـــر الـــدور الوقـــائي الـــذي يتمثـــل فـــي عـــدم إذاعـــة المادة الإعلانية أو نشرها ما لم تكن صحيحة[159].

---

[158] - Cass . Crim, 5 mai 1977 , Bull. Crim, n° 157, Dalloz 1977 .p : 502.

وفي نفس الإطار قضت كذلك محكمة النقض الفرنسية في قرار لها بتاريخ 27 مارس 1996، الذي جاء فيه:

« Le Mandat de vendre un appartement donné à un tiers, qui fait paraître dans un journal une offre de vente fausse sur la superficie et la situation du bien, ne fait pas perdre au propriétaire mandant la qualité d'annonceur , pénalement responsable de l'infraction commise , aux termes de l'article L121-1. », Cass.Crim, 27 mars 1996, Bull. Crim. n° 139 ; BID 1996, n° 12, p :21, RSC 1997. 122, note Giudicelli.

[159] - Cass . Crim, 4 juin 1986, Dalloz 1986, p 397, note Chavanne.

الفقـــرة الثانيـــة : مســـؤولية مســـيري الشـــخص المعنـــوي عـــن جريمـــة الإشهار المضلل

إذا ارتكبـــت جريمـــة الإشـــهار المضـــلل مـــن طـــرف شـــخص معنوي، فإن المسؤولية على ذلك تقع على مسيريه[160].

وقـــد أوضـــح منشـــور وزارة العـــدل الفرنســـية الصـــادر بتـــاريخ 1 أكتـــوبر 1973 بـــأن لفـــظ "مســـيريه" الـــوارد فـــي القـــانون، يســـمح بملاحقـــة المسير القانوني والمسير الفعلي[161].

وهـــو الأمـــر الـــذي أكدتـــه محكمـــة الـــنقض الفرنســـية فـــي قرارهـــا الصـــادر بتـــاريخ 15 فبرايـــر 1995 الـــذي جـــاء فيـــه : ((بالفعـــل يترتـــب علـــى هـــذا الـــنص – المـــادة 5-121 L – أنـــه عنـــدما يكـــون المعلـــن الـــذي نشـــر الإعـــلان لحســـابه شخصـــا معنويـــا، فـــإن المســـؤولية تقـــع علـــى عـــاتق

160 – حسب مقتضيات الفصل العاشر من قانون زجر الغش في البضائع، و المادة 174 من مشروع قانون الاستهلاك المغربي التي تنص على أنه: " ... إذا كان مرتكب المخالفة شخصا معنويا يتحمل مسيروه المسؤولية. ويعاقب عن المشاركة في الجريمة طبقا لأحكام القانون العادي."

161 – يقصد بالمسير القانوني كل شخص يتوفر داخل المقاولة أو المنشأة على سلطة اتخاذ القرار وتنفيذه، مما يخول له ممارسة الحق في التسيير و الإدارة و التدبير فضلا عن مراقبة نشاط مشروع تجاري – حول المقصود بالمسير القانوني أنظر: **متوكل حياة**، المسؤولية الجنائية للمسير الفعلي في القانون المغربي و المقارن "، جامعة محمد الخامس، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، السويسي، الرباط، 2008/2007 ، ص19؛- **فلاح خدوج**، المسؤولية الجنائية للمسير في شركات المساهمة على ضوء التشريع و الفقه و القضاء، أطروحة لنيل الدكتوراه في القانون الخاص: وحدة قانون الأعمال، جامعة الحسن الثاني، كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية، الدار البيضاء،2004/2003.ص:21.

أما المسير الفعلي فهو كل شخص يتولى مباشرة، أو بطريقة غير مباشرة و بصورة مستقلة نشاطا إيجابيا في التسيير على رأس الشخص المعنوي – **متوكل حياة**، المرجع نفسه، ص: 21.

مسـيريه، وأن هـذا اللفـظ لا يـراد بـه فقـط الممثـل القـانوني للشـخص المعنوي))[162].

كمـا أيـدت المحكمـة ذاتهـا إدانـة المسـير القـانوني والمسـير الفعلـي للشـركة بجريمـة الإشـهار المضـلل، بـالرغم مـن طعـن المسـيرة القانونيـة المتمثـل فـي أن خليلهـا هـو المسـير الفعلـي للشـركة، وعللـت قرارهـا بأنـه : ((كـان يتعـين عليهـا – المسـيرة القانونيـة – بصـفتها مـديرة قانونيـة لهـذه الشـركة التأكـد مـن الصـفة المشـروعة، وصـدق الإعـلان المنشور))[163].

ولا يعفـى مسـير الشـخص المعنـوي مـن المسـؤولية عـن جريمـة الإشـهار المضـلل إلا إذا كـان قـد فـوض سـلطاته إلـى شـخص آخـر، ويشـترط لتحقـق هـذا الأثـر أن يكـون التفويـض صـريحا Expresse، وأن يقبلـه المفـوض إليـه délégataire Le، وكـذا أن يثبـت لهـذا الأخير صفات واختصاص السلطة.

تطبيقـا لـذلك أوردت محكمـة الـنقض الفرنسـية فـي أحـد قراراتهـا على أنه:

---

162 - « qu'en effet, il résulte de ce texte que lorsque l'annonceur pour le compte duquel la publicité trompeuse est diffusée est une personne morale, la responsabilité incombe à ses dirigeants, que ce terme ne s'entend pas seulement du représentant légal de la personne morale » Cass. Crim, 15 février 1995, N° 94.80226.note Raymond

163 - « qu'il lui appartenait, en effet, en sa qualité de gérante de droit de cette société de s'assurer du caractère licite de la sincérité de la publicité diffusée. » - Cass. Crim, 11 avril 1996, N° 95.82188

أوردته قوراري فتيحة محمد، م.س، ص: 303

" يترتب على نص المادة L121-5 من قانون الاستهلاك، عندما يكون المعلن الذي تم نشر الإعلان لحسابه شخصا معنويا، أن تقع المسؤولية على مسيريه.

ولما كان المتهم مسؤولا طبقا للقانون عن الجريمة، في ظل انتفاء تفويض صلاحياته، فلا يقبل إثارة المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي الذي يسيره"[164].

وأيدت في قرار آخر لها إدانة المفوض له بجريمة الإشهار المضلل، حيث جاء في إحدى حيثياته على أنه : ((وحيث إنه لإدانة المتهم بالجريمة استند القضاة على أن المعني بالأمر، الذي كان يتمتع بتفويض قانوني للسلطة ، و الذي قام بشراء الأحزمة و المسؤول عن محتوى الرسالة الإشهارية الكاذبة ونشرها، لم يتأكد من الجودة الحقيقية للبضاعة محل الجريمة بالنظر إلى الأنظمة الفرنسية))[165].

بعد دراستنا لمسؤولية المعلن ومسيري الشخص المعنوي باعتبارهم فاعلين أصليين في جريمة الإشهار المضلل، فإننا سنحاول

---

[164] - Cass. Crim, 30 octobre 2000, JCP 2001. IV. 1716

[165] - « Attendu que pour déclarer la prévenu coupable de ce délit, les juges retiennent que l'intéressé, titulaire d'une délégations de pouvoir réguliers, acheteur des ceintures et responsable du contenu et de la diffusion du message publicitaire mensonger, n'a pas vérifier la qualité reelle des articles litigieux » Cass. Crim . 18 mai 2004, N° 03.85177

أوردته قوراري فتيحة محمد، م.س، ص: 304

الوقــوف فـــي المطلـــب الثـــاني علـــى مســـؤولية جريمـــة الإشـــهار المضـــلل بالمشاركة.

المطلــب الثــاني: المســؤولية عــن جريمــة الإشــهار المضــلل بالمشاركة[166]

166 – تجدر الإشارة هنا إلى أنه اختلف الرأي حول الأساس أو المبرر القانوني للعقاب عن المشاركة، الأمر الذي أدى ذلك إلى ظهور نظريتين :

النظرية الأولى : وتعرف بنظرية استعارة المشارك للتجريم من نشاط الفاعل الأصلي للجريمة. وهي النظرية السائدة في التشريع الجنائي الفرنسي (المادة 59)، ومفادها أن ما قام به المشارك من أمر أو تحريض أو تقديم لوسائل ارتكاب الجريمة أو بمساعدة أو إعانة على الأعمال التحضيرية أو المسهلة لارتكابها لا يشكل جريمة مستقلة بذاتها، وإنما يعتبر كذلك – أي جريمة – بسبب ارتباط نشاط المشارك بنشاط الفاعل الأصلي ولما يتواجد بين هذين النشاطين من علاقة سببية.

وأبرز ما يترتب على نظرية استعارة المشارك للإجرام من الفاعل الأصلي أن الشريك لا يمكن أن يعاقب إلا إذا كانت الجريمة التي ساعد على تنفيذها وتحقيقها قد نفذت بالفعل، وكان الفاعل الأصلي الذي أنجزها ممكن معاقبته من الناحية القانونية. وعليه فإن لم يرتكب المعلن الفعل المجرم تحت تحريض الشريك فإن المعلن لا يعاقب أبدا، وكذلك إذا أنجز الفاعل الأصلي الجريمة، لكن هذه الأخيرة سقطت بالتقادم مثلا، فإن المشارك لا يعاقب بدوره، كما يترتب على اعتناق هذه النظرية أيضا أن الظروف المادية المتعلقة بعين الجريمة والتي يكون من شأنها تشديد العقوبة أو تخفيفها تسري على المشارك حتى ولو كان يجهلها على اعتبار أن تجريم نشاطه مستمد من جريمة نشاط الفاعل الأصلي ومستقل عن قصده ونيته.

النظرية الثانية : وتعرف بنظرية استقلال تجريم نشاط المشارك عن نشاط الفاعل الأصلي، وهي نظرية معاكسة للنظرية الأولى لأنها تقيم مسؤولية المشارك على أساس ما يتسم به نشاطه من خطورة إجرامية باستقلال تام عن نشاط الفاعل الأصلي، وهذا ما سار عليه المشرع الجزائري في الفقرة 2 من المادة 46 من قانون العقوبات حيث قال :

((إذا لم يرتكب الجريمة المزمع ارتكابها بمجرد امتناع من كان ينوي ارتكابها بإرادته وحدها، فإن اعترض عليها يعاقب رغم ذلك بالعقوبات المقررة لهذه الجريمة)).

ويترتب على نظرية استقلال تجريم أفعال المشارك عن تجريم نشاط الفاعل الأصلي أن الظروف المادية أو العينية المتعلقة بماديات الجريمة لا تنتج أثرها في مواجهة المشارك إلا إذا كان عالما بها، وهذا ما أكدته صراحة الفقرة الثالثة من المادة 44 من قانون العقوبات الجزائري.

إذ يترتب عليها مساءلة المعلن – الفاعل الأصلي – ومعاقبته باعتباره مجرما –كالمشارك – بغض النظر عن ارتكاب المعلن للجريمة المقصودة بتحريضه من عدمه

وبالنسبة للمشرع المغربي فإنه أخذ بالنظرية السائدة في القانون الفرنسي – أي نظرية استعارة المشارك لتجريمه من الفاعل الأصلي – ويظهر ذلك على الخصوص من خلال الفصل 130 ق.ج الذي مدد فيه أثر الظروف العينية أو المادية للجريمة فجعلها تسري

بعـد أن خـص المشـرع المغربـي مـن خـلال الفصـل العاشـر مـن قـانون زجـر الغـش فـي البضـائع الفاعـل الأصـلي فـي جريمـة الإشـهار المضـلل بـنص خـاص، فإنـه سـكت حـول مسـألة عقـاب المشاركة، وهو ما يجعلنا نرجع بهذا الصدد لأحكام القواعد العامة.

وفـي هـذا الإطـار يـنص الفصـل 129 مـن القـانون الجنـائي على ما يلي:

" يعتبـر مشـاركا فـي الجنايـة أو الجنحـة مـن لـم يسـاهم مباشـرة في تنفيذها ولكنه أتى أحد الأفعال التالية:

1 – أمـر بارتكـاب الفعـل أو حـرض علـى ارتكابـه، وذلـك بهبـة أو وعـد أو تهديـد أو إسـاءة اسـتغلال سـلطة أو ولايـة أو تحايـل أو تدليس إجرامي.

2 – قـدم أسـلحة أو أدوات أو أيـة وسـيلة أخـرى اسـتعملت فـي ارتكاب الفعل، مع علمه بأنها ستستعمل لذلك.

على المساهمين والمشاركين حتى ولو كانوا يجهلونها والفصل 129 ق.ج الذي قرر فيه مسؤولية الشخص عن الجرائم التي يرتكبها، وعن الجنايات أو الجنح التي يكون مشاركا في ارتكابها.

وبناء على اعتناق المشرع المغربي لنظرية الاستعارة المشار إليها أعلاه وعملا بالفصل 129 ق.ج، فإن الشخص لا يمكن أن يسأل باعتباره مشاركا في الجريمة في القانون المغربي إلا إذا توافرت الشروط التالية :

1- ضرورة علم المشارك بما ينوي الفاعل الأصلي القيام به من أنشطة مجرمة.

2- ارتباط العقاب على المشاركة بوجود جريمة معاقبة.

3- أن تكون الحرية التي أتاها الفاعل الأصلي جناية أو جنحة، أما إذا كانت مخالفة فلا مشاركة فيها.

4- ضرورة قيام علاقة بين النشاط الذي أتاه المشارك وبين تنفيذ الجريمة من طرف الفاعل الأصلي.

حول هذه النقط راجع:- **العلمي عبد الواحد**، شرح القانون الجنائي المغربي – القسم العام -، م.س، ص:190 وما يليها؛ - **الخمليشي أحمد**، شرح القانون الجنائي، م.س، ص: 92

3 – ساعد أو أعان الفاعل أو الفاعلين للجريمة في الأعمال التحضيرية أو الأعمال المسهلة لارتكابها، مع علمه بذلك...".

وهكذا يتصور تحقق الاشتراك في جريمة الإشهار المضلل بالتحريض أو بالاتفاق أو بالمساعدة، وباعتبار جريمة الإشهار المضلل جريمة غير عمدية، فإنه يكفي لقيام ركنها المعنوي أن يعطي الشريك التعليمات للمعلن، أو يساعده على إعداد الإشهار مع ثبوت إخلاله بواجب الحيطة والحذر.

و تطبيقا لذلك يتم مساءلة وكالات الإعلان باعتبارها شريكا في جريمة الإشهار المضلل، إذا تبث مساهمتها مع المعلن في إعداد الرسالة الإشهارية، ولما كانت الوكالات الإعلانية تتمسك دفعا لمسؤوليتها بأنها كانت محلا لخداع المعلن، الذي قدم لها معلومات كاذبة، دون أن تعلم بذلك الكذب، فإن القضاء يرفض هذا الدفع على أساس أن الوكالات الإعلانية – كشحص معنوي – ملزمة أن تتصرف بقدر من الحيطة والحذر للتأكد من صحة المعلومات محل الإشهار وانتفاء التضليل فيها، كأن تطلب من المعلن مثلا إثبات حقيقة إدعاءاته قبل نشرها، فإن هي قصرت في واجب فحص صحة المعلومات محل الإشهار ومراجعتها، تبثت مسؤوليتها كشريك للمعلن في جريمة الإشهار المضلل[167].

[167] - Cass. Crim, 4 février 1986, bull. Crim, no 45 ; C.A.paris, 5 juin 1989, jurisdata N° 02.5780 ; et C.A douai, 21 mars 1990, jurisdata, N° 04.2625.

بعـــد تحديـــد نطـــاق المســـؤولية عـــن جريمـــة الإشـــهار المضـــلل و الـــذي يشـــمل الفاعـــل الأصـــلي والشـــريك، فإننـــا ســـنبحث فـــي الجـــزاء المقـــرر لهذه الجريمة.

المبحث الثاني

الجزاء المقرر لجريمة الإشهار المضلل

حـــرص المشـــرع المغربـــي مـــن خـــلال الفصـــل العاشـــر مـــن قـــانون زجـــر الغـــش فـــي البضـــائع علـــى التنويـــع فـــي صـــور الجـــزاء المقـــرر لجريمـــة الإشـــهار المضـــلل، بحيـــث نـــص علـــى الغرامـــة كعقوبـــة أصـــلية (الفقـــرة الأولـــى)، و وقـــف الإشـــهار وكـــذا نشـــر الإعـــلان التصـــحيحي كعقوبـــات تكميلية (الفقرة الثانية).

المطلب الأول

العقوبة الأصلية

تنص الفقرة 7 من الفصل 10 من قانون زجر الغش في البضائع المغربي على أنه :

((يعاقب على المخالفات لأحكام هذا الفصل بغرامة من 200 إلى 7200 درهم)).

فمن خلال العقوبة الواردة في الفقرة المذكورة نلاحظ أن المشرع المغربي يكيف جريمة الإشهار المضلل على أنها جنحة ضبطية، وهو ما يستفاد من مقتضيات الفصل 111 من القانون الجنائي المغربي، الذي ينص على أن : " الجرائم إما جنايات أو جنح تأديبية أو جنح ضبطية أو مخالفات، على التفصيل الآتي:

(...)الجريمة التي يعاقب عليها القانون بحبس حده الأقصى سنتان أو أقل أو بغرامة تزيد عن مائتي درهم[168] تعد جنحة ضبطية."

هذا وقد حصر المشرع المغربي العقوبة الأصلية في جريمة الإشهار المضلل في الغرامة.

ويقصد بالغرامة ذلك القدر من المال الذي يلزم المحكوم عليه قضاءا بدفعه إلى خزينة الدولة جزاءا لما ارتكبه[169].

---

[168] – تجدر الإشارة أنه قد تم رفع الحد لأدنى للغرامات من 120 درهم إلى 200 درهم وذلك بمقتضى القانون رقم 3.80 المغير بموجبه بعض مقتضيات القانون الجنائي(ج.ر عدد 3636 ل 7يوليوز 1982).

[169] – وعرفها الفصل 35 من القانون الجنائي على أنها : " إلزام المحكوم عليه بأن يؤدي لفائدة الخزينة العامة مبلغا من النقود بالعملة المتداولة في المملكة."

وحسب أستاذنا أبو بكر مهم فإن جوهر العقوبة كجزاء في الغرامة يكمن فيما يصيب المحكوم عليه بها من إيلام عقابي في ذمته المالية[170]، وعلى الرغم من فعالية الغرامة كوسيلة عقابية من شأنها أن تدفع المحترفين (المعلنين) إلى التحلي بالنزاهة في معاملاتهم لاسيما وأن الدافع الذي يحرك الفاعل هنا كثيرا ما يكون ماديا، فإنه يلاحظ من قيمة الغرامة المنصوص عليها في الفصل العاشر من قانون زجر الغش في البضائع (وهي من 200 إلى 7200 درهم) عدم تناسبها مع الفوائد و الأرباح التي يمكن أن يجنيها المعلن من جريمة الإشهار المضلل[171]، وهو ما يمس بالهدف من هذه العقوبة نفسه، الذي يتمثل في منع الفاعل من إحداث أضرار جديدة للمواطنين و تخويف الغير من ارتكاب أفعال مماثلة و بالتالي تباعد الهوة بين العقوبة و بين وظيفتها المنعية و كذلك بينها و بين وظيفتها الأخلاقية التي يمكن بها ضمان عدم عودة الجاني إلى ارتكاب مثل جريمته مرة أخرى.

و لذلك إذا أردنا أن تكون الغرامة فعالة فإنه يجب أن يكون قدرها أهم من الفائدة أو الربح الذي يمكن أن يحصل عليه المخالف من الجريمة، وهو ما سار عليه المشرع الفرنسي في قانون

- 170 **مهم أبو بكر**، م.س، ص: 539

171 – **فاتح كمال**، الحماية الجنائية للمستهلك في إطار قانون زجر الغش في البضائع، مقال منشور على الموقع:
www.ampoc.net/Kamal.htm

وأنظر أيضا: **Fateh Kamal**, Le rôle de la jurisprudence au niveau de la répression des faraudes, AlMilaf, 2000.

الاستهلاك، بحيث تنص الفقرة الأولى من المادة L 121 – 6 على أنه : ((يعاقب على الجرائم الواردة في المادة L 121 – 1 بالعقوبات المنصوص عليها في المادة1– L213))[172].

وتقضي المادة L 213 – 1[173] المحال عليها بأنه : ((يعاقب بالحبس الذي لا يتجاوز سنتين وبالغرامة التي لا تزيد على 37500 يورو أو بإحدى هاتين العقوبتين)).

ولم يقتصر المشرع الفرنسي على الغرامة المذكور أعلاه، بل نص على أنه يمكن أن يصل الحد الأقصى للغرامة إلى 50 % من مصاريف الإعلان موضوع الجريمة[174].

وفي سبيل تحقيق ذلك منحت المادة L121–7 للمحكمة الحق في أن تطلب تزويدها بكافة البيانات والمستندات التي تساعدها على تحديد مصاريف الإعلان، وخول لها كذلك إذا تخلف المتهم عن تقديم هذه المستندات أن تأمر بحجز الوثائق المذكورة، أو باتخاذ كل

---

[172]– Alinéa 1 de l'article L121-6 « Les pratiques commerciales trompeuses sont punies des peines prévues au premier alinéa de l'article L. 213-1. »

[173] - Article L 213-1 « Sera puni d'un emprisonnement de deux ans au plus et d'une amende de 37 500 euros au plus ou de l'une de ces deux peines seulement quiconque, qu'il soit ou non partie au contrat, aura trompé ou tenté de tromper le contractant, par quelque moyen ou procédé que ce soit, même par l'intermédiaire d'un tiers :
1° Soit sur la nature, l'espèce, l'origine, les qualités substantielles, la composition ou la teneur en principes utiles de toutes marchandises ;
2° Soit sur la quantité des choses livrées ou sur leur identité par la livraison d'une marchandise autre que la chose déterminée qui a fait l'objet du contrat ;
3° Soit sur l'aptitude à l'emploi, les risques inhérents à l'utilisation du produit, les contrôles effectués, les modes d'emploi ou les précautions à prendre. »

[174] - Le maximum de l'amende prévue à cet article peut être porté à 50 p 100 des dépenses de la publicité constituant le délit (alinéa 2. Article L 121-6).

إجــراء مــن إجــراءات التحقيــق الملائمـــة. فضـــلا عــن الحكــم عليــه بــنفس عقوبـــة الإعـــلان المضـــلل، إذا لـــم يمتثـــل لأمـــر المحكمـــة ولـــم يقـــدم المســـتندات المطلوبـــة إلـــى الجهـــات المختصـــة بتحقيـــق الجريمـــة، كمـــا أعطـــى للمحكمـــة إمكانيـــة الحكـــم بـــأداء غرامـــة تهديديـــة يمكـــن أن تصـــل إلـــى 4500 أورو عـــن كـــل يـــوم تـــأخير ابتـــداء مـــن التـــاريخ الـــذي حددتـــه للإدلاء بتلك الوثائق[175].

وهـــو الـــنهج الاتجـــاه الـــذي ســـلكه مشـــروع قـــانون حمايـــة المســـتهلك المغربـــي[176] فـــي مادتـــه 178 التـــي تـــنص علـــى أنـــه: ((يعاقـــب بـــالحبس مـــن شـــهر إلـــى ســـنة وبغرامـــة مـــن 100.000 إلـــى 250.000 درهـــم علـــى مخالفـــات أحكـــام المـــادتين 21 و 22 أعـــلاه، لأجـــل تطبيـــق أحكـــام هـــذه المـــادة، تطلـــب المحكمـــة مـــن الأطـــراف ومـــن المعلـــن إمـــدادها بجميـــع الوثـــائق المـــذكور أو باتخـــاذ كـــل إجـــراء مـــن إجـــراءات التحقيـــق الملائمـــة، ويجـــوز لهـــا كـــذلك أن تحكـــم بـــأداء غرامـــة تهديديـــة تبلـــغ 10.000 درهـــم عـــن كـــل يـــوم تـــأخير، ابتـــداء مـــن التـــاريخ الـــذي حددتـــه للإدلاء بالوثائق المذكورة)).

---

175 - Alinéa 1 de l’article L 121-7 « Pour l'application de l'article L. 121-6, le tribunal peut demander tant aux parties qu'à l'annonceur la communication de tous documents utiles. En cas de refus, il peut ordonner la saisie de ces documents ou toute mesure d'instruction appropriée. Il peut en outre prononcer une astreinte pouvant atteindre 4500 euros par jour de retard à compter de la date qu'il a retenue pour la production de ces documents. »

176 - مشروع قانون 31.08 الذي يقضي بتحديد تدابير لحماية المستهلكين

هــذا بالنســبة للعقوبــة المقــررة فــي حــق الشــخص الطبيعــي، أمــا بالنســبة للشــخص المعنــوي فقــد نصــت الفقــرة الأخيــرة مــن المــادة L121- 6 مــن قــانون الاســتهلاك الفرنســي علــى أن: "الأحكــام الــواردة فــي المــادة L 213-6 التـــي تـــنص علـــى مســـؤولية الأشـــخاص المعنويـــة تنطبـــق على جريمة الإشهار المضلل"[177].

و حســـب المـــادة L 213-6 مـــن قـــانون الاســـتهلاك، فـــإن العقوبات التي توقع على الأشخاص المعنوية هي :

1-الغرامـــة وفـــق الأحكـــام الـــواردة فـــي المـــادة 38 - 131 مـــن القانون الجنائي.

2-العقوبـــات المحـــددة فـــي البنـــود مـــن 2 إلـــى 9 مـــن المـــادة 39 - 131 من نفس القانون.

وبـــالرجوع إلـــى أحكـــام القـــانون الجنـــائي المشـــار إليهـــا، نلاحـــظ أن المشـــرع الفرنســـي كـــان أكثـــر تشـــددا فـــي توقيـــع الجـــزاء علـــى الأشـــخاص المعنويـــة ممـــا هـــو عليـــه الأمـــر بالنســـبة للأشـــخاص الطبيعيـــة، ويتضـــح ذلـــك مـــن خـــلال نـــص المـــادة 38 - 131 التـــي تقضـــي بـــأن الحـــد الأقصـــى للغرامـــة التـــي يـــتم توقيعهـــا علـــى الأشـــخاص المعنويـــة تســـاوي خمســـة أضـــعاف Quintuple الحـــد الأقصـــى للغرامـــة التـــي توقـــع علـــى

---

[177] - « les dispositions de l'article L121-6 prévoyant le responsabilité pénal des personnes morales sont applicable à ces infractions. »

الشـــخص الطبيعـــي[178]. هــذا فضـــلا عــن العقوبـــات الـــواردة فـــي البنـــود مـــن 2 إلى 9 من المادة 39-131 من القانون الجنائي الفرنسي[179].

بعـــد دراســـتنا للعقوبـــة الأصـــلية المقـــررة للإشـــهار المضـــلل، فإننـــا سنعمل في النقطة الموالية إلى دراسة العقوبات التكميلية.

---

178 -وهي تقريبا ذات المقتضيات المضمنة في الفقرة الثانية من المادة 178 والتي جاء فيها: "يمكن رفع المبلغ الأقصى للغرامة المنصوص عليها في هذه المادة إلى نصف نفقات الإشهار المكون للجنحة، إذا كان المخالف شخصا معنويا يعاقب بغرامة تتراوح ما بين 100.000 و 1.000.00 درهم."

179 - وتتمثل العقوبات الواردة في البنود من 2 إلى 9 من المادة 39-131 من القانون الجنائي الفرنسي:

2- المنع بشكل نهائي أو لمدة لا تزيد عن خمس سنوات من مزاولة واحدة أو أكثر من الأنشطة المهنية أو الاجتماعية؛

3- الوضع لمدة لا تزيد على خمس سنوات تحت الحراسة القضائية؛

4- الإغلاق النهائي لمدة لا تزيد على خمس سنوات لواحدة أو أكثر من وحدات المؤسسة التي استخدمت لارتكاب الجريمة؛

5- الإقصاء من الصفقات العمومية بشكل نهائي أو لمدة لا تزيد على خمس سنوات؛

6- المنع بصفة نهائية أو لمدة لا تزيد على خمس سنوات؛ لإجراء الطرح العام للأوراق التجارية أو قبول الأوراق المالية للتداول في السوق؛

7- منع إصدار شيكات غير التي تسمح بسحب الأموال من قبل الساحب طرف المسحوب عليه، أو تلك محل الضمان، أو استعمال بطاقات الدفع؛

8- مصادرة الشيء الذي استعمل أو المعد للاستعمال في الجريمة، أو الشيء الذي تحصل منها؛

9- تعليق الحكم الصادر أو نشره في الصحافة المكتوبة، أو بأية وسيلة اتصال الكترونية.

المطلب الثاني

العقوبات التكميلية

تنص الفقرة 2و3 من الفصل العاشر من قانون زجر الغش في البضائع على أنه:

"ويمكن أن تأمر المحكمة المرفوعة إليها المتابعة بالكف عن الإعلان محل النزاع عاجلا بالرغم عن جميع طرق الطعن، وذلك بناءا على طلبات وكيل الملك، ويمكن طلب رفع المنع إلى المحكمة التي حكمت به كما يمكن الطعن في رفض المنع بالطرق العادية.

وينتهي المنع في حالة الحكم بعدم المتابعة أو البراءة.

ويمكن أن تأمر المحكمة في حالة المؤاخذة بأن ينشر على نفقة المحكوم عليه بيان يعيد الأمور إلى نصابها طبق نفس الكيفيات وفي نفس الأماكن التي تم فيها الإعلان الكاذب."

و هكذا يظهر أن العقوبات التكميلية حسب الفصل أعلاه[180] تتمثل في وقف الإعلان محل النزاع بالرغم من جميع طرق الطعن، وكذا في نشر بيانا يعيد الأمور إلى نصابها، وهو ما يعبر عنه بالإعلان التصحيحي (Annoces rectificative)، لذلك سوف نتطرق على التوالي إلى هذه العقوبات.

---

[180] – والتي تقابلها المادة L121-4 من قانون الاستهلاك الفرنسي.

الفقرة الأولى : نشر الإعلان التصحيحي

يــــراد مــــن عمليـــة نشــــر الإعــــلان التصـــحيحي تفنيـــد أكاذيــــب الإشـــهار المضـــلل، وهـــو أمـــر يعـــد بمثابـــة إعـــلام للمســـتهلكين و التجـــار علـــى حـــد ســـواء بنوعيـــة وطبيعـــة المخالفـــات المرتكبـــة وتنبيهـــا لهـــم بضـــرورة اتخاذ الاحتياطات اللازمة في المستقبل[181].

ويرجـــع للمحكمـــة تحديـــد مضـــمون الإعـــلان وكيفيـــة نشـــره أو مدتـــه التـــي يتعـــين إجـــراؤه خلالهـــا، فـــإذا لـــم يمتثـــل المحكـــوم عليـــه بتنفيـــذ هذا الأمر أمر القاضي بالنشر على نفقته[182].

والملاحـــظ أن القـــانون لـــم يحـــدد طريقـــة معينـــة لإعمـــال هـــذا الجـــزاء، لـــذا فـــالأمر متـــروك للســـلطة التقديريـــة للقاضـــي[183]. لـــذلك فالقاضـــي لـــه، حســـب الظـــروف، أن يـــأمر بـــأن يـــتم الإعـــلان فـــي شـــكل رســـالة إشـــهارية تشـــرح فـــي عبـــارات مفهومـــة للمســـتهلك أســـباب ونتـــائج

---

181 - **منير مهدي**، التدليس والغش بين الواقع الاقتصادي و حتمية الحماية القانونية، مقال منشور في قرارات المجلس الأعلى، 31ماي-فاتح يونيو 2007، ص: 463

182 - وذلك حسب مقتضيات المادة 4 – L 121 من قانون الاستهلاك الفرنسي، التي تقابلها المادة 174 من مشروع قانون حماية المستهلك،التي تنص على أنه : ((تأمر المحكمة في حالة الإدانة بنشر أو تعليق المقرر القضائي أو بهما معا. ويمكن لها، إضافة إلى ذلك، أن تأمر بنشر إعلان أو عدة إعلانات استدراكية على نفقة المحكوم عليه، ويحدد المقرر القضائي مضمون الإعلانات وكيفيات نشرها أو بثها ويمنح للمحكوم عليه مهلة للتنفيذ، وفي حالة عدم القيام بذلك يتم البت أو النشر بناء على طلب النيابة العامة وعلى نفقة المحكوم عليه)).

183 - في هذا الإطار ينص الفصل 45 من قانون حماية المستهلك التونسي ل 7 دجنبر 1992 على أنه: " يمكن للمحكمة أن تأذن في صورة مخالفة أحكام الفصل 13 من هذا القانون(الفصل الذي يمنع الإعلان المضلل) ب:

نشر بلاغ أو بلاغات تصحيحية ، و في هذه الحالة يضبط الحكم نص الإعلانات و كيفية نشرها و يحدد للمحكوم عليه أجلا للقيام بها و في صورة عدم الإنجاز وبصرف النظر عن الإجراءات المنصوص عليها بالفصل 43 من هذا القانون يقع تنفيذ نشر الإعلانات على نفقة المحكوم عليه."

الحكم، وقد يرى القاضي ضرورة اتخاذ الإشهار نفس شكل الإشهار الأصلي مع ذكر عبارة أنه مضلل وكل ذلك على نفقة المحكوم عليه.

و إذا كان الإعلان المضلل قد تم عبر الراديو، أو بطريق التلفزيون، يمكن للمحكمة أن تأمر بأن يكون الإعلان التصحيحي على نفس الموجة أو القناة وفي نفس ساعة الاستماع[184].

الفقرة الثانية : وقف الإعلان

خول المشرع المغربي من خلال الفصل 10 من قانون زجر الغش في البضائع، للمحكمة المرفوعة إليها النزاع أن تأمر، إلى جانب جزاء عقوبة نشر الإعلان التصحيحي، وقف الإعلان محل النزاع بناءا على طلب النيابة العامة، و بالإضافة إلى ذلك لم يجعل الحكم بالوقف نهائيا، حيث خول للمدعى عليه إمكانية طلب رفع المنع، وسلوك طرق الطعن العادية في حال رفض الطلب.

لذلك سندرس جزاء وقف الإعلان من خلال النقطتين التاليتين:

- طلب وقف الإعلان.
- طلب رفع وقف الإعلان وطرق الطعن في رفضه.

---

[184] - Boléat Alain, op.cit, page: 119

أولا: طلب وقف الإعلان

لعل غاية المشرع المغربي من خلال الفصل العاشر من قانون زجر الغش في البضائع، من جواز وقف الإعلان قبل صدور الحكم، تكمن في تفادي بطء إجراءات التقاضي، خاصة وأن الإعلان المضلل يحدث آثاره فور نشره، وتزداد هذه الآثار جسامة مع مرور الوقت[185]، لذلك نص من خلال الفقرة الثانية من الفصل المذكور على منح النيابة العامة إمكانية رفع طلب وقف الإعلان موضوع النزاع، إذ جاء في الفقرة أعلاه : " يمكن أن تأمر المحكمة المرفوعة إليها المتابعة بالكف عن الإعلان محل النزاع عاجلا بالرغم من جميع طرق الطعن، وذلك بناء على طلبات وكيل الملك...".

و الملاحظ هنا أن إمكانية طلب وقف الإعلان جعلها المشرع في يد النيابة العامة لوحدها، في حين جعل المشرع الفرنسي -يسايره في ذلك مشروع قانون حماية المستهلك المغربي- هذه الإمكانية للنيابة العامة و للمطالب بالحق المدني كذلك، و منح أيضا للمحكمة أن تأمر بوقف الإعلان محل النزاع تلقائيا.

وبالتالي سنحاول دراسة طلب وقف الإعلان من خلال ما يلي :

- طلب وقف الإعلان من طرف النيابة العامة
- طلب وقف الإعلان من المطالب بالحق المدني ومن المحكمة تلقائيا.

---

185 - Mayer. D, op.cit, p: 111

1- طلب وقف الإعلان من طرف النيابة العامة:

يعد الإشهار المضلل من المخالفات الجنائية التي ترتب أضرارا جسيمة بمصالح المستهلكين، وعلى هذا الأساس يكون من حق النيابة العامة رفع الدعوى القضائية أمام المحاكم المختصة، من أجل المطالبة بالكف عن الإعلان محل النزاع عاجلا على الرغم من طرق الطعن.

ويشكل هذا الإجراء ضمانا لجودة المنتجات والخدمات لفائدة الجميع بدون تمييز، كما من شأنه أن يساهم في تنظيم السوق الاقتصادية والحفاظ عليها

هذا ويرفع طلب الكف عن الإعلان إلى المحكمة بواسطة ممثل النيابة العامة، بعد توصل هذه الأخيرة بخبر وقوع جريمة الإشهار المضلل.

و في هذا الإطار يلزم التمييز ما بين أسلوبين للمتابعة[186]، وهما الأسلوب القانوني ومقتضاه أن يكون كل نبأ وصل إلى النيابة العامة بارتكاب جريمة الإشهار المضلل، يلزمها بفتح المتابعة ضد من نسبت إليه تلك الجريمة بصرف النظر عن الوشايات الملفقة. وميزة هذا الأسلوب أنه يتفادى إمكانية تلاعب النيابة العامة وإهمالها بصدد تحريك بعض المتابعات، بيد أن عيبه الأساسي قد تجر الكثير من الأفراد إلى قفص الاتهام أمام المحاكم بدون مبرر، ويشجع

---

[186] – **الخمليشي أحمد**، شرح قانون المسطرة الجنائية، الجزء الأول – الطبعة الثانية، نشر دار المعرفة، الرباط، 2001، ص: 51.

عـــديمي الضـــمير علـــى الوشـــايات الكاذبـــة انتقامـــا مـــن خصـــومهم لمجـــرد الرغبة في النيل من اعتبار الأفراد وسمعتهم.

أمـــا الأســـلوب الثـــاني فهـــو يخـــول للنيابـــة ســـلطة تقـــدير مـــا يـــرد عليـــه مـــن مســـتندات وبلاغـــات بارتكـــاب الجريمـــة، فـــإن تبـــين لهـــا مـــن تقـــديرها الأولـــي وجـــود قـــرائن يمكـــن أن تـــؤدي إلـــى إدانـــة المعنـــي بـــالأمر، أثـــارت الـــدعوى العموميـــة، وإن ظهـــر لهـــا أن القضـــية خاليـــة مـــن كـــل إثبـــات أو أنهـــا لا تكـــون جريمـــة يعاقـــب عليهـــا القـــانون، امتنعـــت عـــن تحريـــك المتابعـــة. و عيـــب هـــذا الأســـلوب هـــو أنـــه يجعـــل مـــن النيابـــة العامـــة محكمـــة تتـــولى تقـــدير قيمـــة وســـائل الإثبـــات مـــع أن هـــذا لـــيس مـــن اختصاصها، الشيء الذي يسهل عليها إمكانية التحيز والمحاباة [187].

وبمـــا أن المشـــرع المغربـــي التـــزم الصـــمت تجـــاه أســـلوب المتابعـــة فـــي الفصـــل العاشـــر مـــن قـــانون زجـــر الغـــش فـــي البضـــائع، تاركـــا ذلـــك إلـــى الأحكـــام العامـــة، التـــي يســـتفاد منهـــا أن المشـــرع المغربـــي اختـــار الأســـلوب التقـــديري، ويتضـــح ذلـــك مـــن خـــلال مقتضـــيات المـــادة 40 مـــن قـــانون المســـطرة الجنائيـــة التـــي تحـــدد اختصاصـــات وكيـــل الملـــك، حيـــث تـــنص فـــي فقرتهـــا الرابعـــة علـــى أنـــه : ((يحيـــل مـــا يتلقـــاه مـــن محاضـــر وشـــكايات

[187] – كما ينص على ذلك في الفقرة الثانية من الفصل العاشر من قانون زجر الغش في البضائع، والفقرة الأولى من المادة 3 – L 121 من قانون الاستهلاك الفرنسي. وهو نفس المقتضى الذي أشارت إليه الفقرة الثالثة من المادة 174 من مشروع القانون المغربي رقم 31.08 القاضي بتحديد تدابير لحماية المستهلكين، التي جاء فيها ما يلي: " يمكن لقاضي التحقيق أو المحكمة المحالة عليها المتابعة أن يأمرا بوقف الإشهار سواء بطلب من النيابة العامة أو من المطالب بالحق المدني أو تلقائيا. ويكون الإجراء المتخذ بهذه الكيفية قابلا للتنفيذ رغم كل طرق الطعن. ويمكن الأمر برفع اليد من طرف المحكمة التي أمرت بذلك أو المحكمة المحالة إليها القضية. و ينتهي مفعول الإجراء في حالة صدور مقرر بعدم المتابعة أو البراءة."

ووشـــايات ومـــا يتخـــذه مـــن إجـــراءات بشـــأنها، إلـــى هيئـــات التحقيـــق أو إلـــى هيئـــات الحكـــم المختصـــة أو يـــأمر بحفظهـــا بمقـــرر يمكـــن دائمـــا التراجـــع عنـــه)). وعلـــى هـــذا الأســـاس يمكـــن القـــول بـــأن ممثـــل النيابـــة العامـــة لـــه السـلطة التقديريـــة لتقريـــر مـــا إذا كـــان مـــن الضـــروري إثـــارة المتابعـــة بشـــأن الادعـــاءات والتصـــريحات الـــواردة فـــي المحاضـــر والشـــكاوى المقدمـــة إليـــه بشأن الإشهار المضلل.

2- طلـب وقـف الإعـلان مـن المطالـب بـالحق المـدني ومـن المحكمـة تلقائيا

إذا كـــان المشـــرع المغربـــي مـــن خـــلال الفصـــل العاشـــر مـــن قـــانون زجـــر الغـــش فـــي البضـــائع قـــد خـــول للنيابـــة العامـــة وحـــدها طلـــب وقـــف الإعـــلان محـــل النـــزاع، فـــإن مشـــروع قـــانون حمايـــة المســـتهلك فـــي المـــادة 174 أضـــاف إلـــى جانـــب النيابـــة العامـــة المطالـــب بـــالحق المـــدني.[188] وهـــذا المقتضـــى يتماشـــى مـــع مقتضـــيات المـــادة الثالثـــة مـــن قـــانون المســـطرة الجنائيـــة التـــي يتبـــين مـــن خلالهـــا أن النيابـــة العامـــة لا تمـــارس وحـــدها

---

[188] – تنص المادة 174 في فقرتها الثالثة من مشروع قانون 31.08 القاضي بتحديد تدابير لحماية المستهلكين أنه: ((يمكن لقاضي التحقيق أو المحكمة المحالة عليها المتابعة أن يأمرا بوقف الإشهار سواء بطلب من النيابة العامة أو من المطالب بالحق المدني ...)). وهو ما سار عليه العمل القضائي الفرنسي، بحيث اعتبرت محكمة الاستئناف بباريس في قرارها الصادر بتاريخ 19شتنبر1996 أن طلب الوقف الإعلان يقدم من كل شخص تضرر منه ، إذ جاء في القرار مايلي:

« La cessation de la publicité peut être ordonnée sur réquisition du ministère public, soit d'office par le juge d'instruction ou le tribunal saisi des poursuites cette mesures est exécutoire, nonobstant toutes voies de recours. La cessation immédiate de la publicité peut également être demandée par une entreprise concurrente, une association de consommateurs ou toute personnes lésée, devant le juge des référés. » CA. Paris 1er Ch. A, 19 septembre 1996. Cité dans le mémento commerciale, 5e édition , Revue Fiduciaire, Paris,2007, p :202

الـــدعوى العموميـــة ضـــد الفاعـــل الأصـــلي فـــي الجريمـــة أو غيـــره مـــن المشـــاركين أو المســـاهمين فـــي ارتكابهـــا، وبـــذلك يكـــون المشـــرع قـــد تفـــادى عيـــوب الأســـلوب التقـــديري فـــي المتابعـــة الجنائيـــة، حســـب رأي الفقـــه المغربي[189].

وبالتـــالي يصـــبح أمـــام المســـتهلك الـــذي تضـــرر مـــن الإشـــهار المضـــلل، الحـــق فـــي طلـــب الكـــف عـــن الإشـــهار محـــل النـــزاع، ويســـتوي فـــي ذلـــك حســـب رأينـــا أن يكـــون المســـتهلك فـــردا أو ممـــثلا مـــن طـــرف جمعيـــة حماية المستهلكين إذا توافر فيها شرط المنفعة العامة[190].

---

[189] - **الخمليشي أحمد**، شرح قانون المسطرة الجنائية، الجزء الأول – المرجع السابق – ص 216.

[190] - يجب على كل جمعية تطلب أن يعترف لها بصفة المنفعة العامة حسب المرسوم الصادر بتاريخ 10 يناير 2005 (ج.ر عدد 5330 بتاريخ 1 غشت 2005):

1- أن تكون مؤسسة طبقا لأحكام الظهير الشريف الصادر بتاريخ (15 نونبر 1958) وأن تكون مسيرة وفقا لنظامها الأساسي.

2- أن تتوفر على القدرات المالية التي تمكنها على وجه الخصوص من إنجاز المهام المحددة في نظامها الأساسي والتي تكتسب طابع المصلحة العامة.

3- أن يكون لها نظام أساسي ونظام داخلي يضمن لكل أعضائها المشاركة الفعلية في تدبير الجمعية وإدارتها وممارسة المراقبة بصفة دورية، ويحدد بشكل صريح دور أعضاء أجهزتها التداولية ومهامهم، وكذا تواريخ عقد جمعها العام وجدول أعماله.

4- أن يكون لها هدف له طابع المصلحة العامة على الصعيد المحلي أو الجهوي أو الوطني.

5- أن تمسك محاسبة تسمح بإعداد قوائم تركيبية تعكس صورة صادقة عن ذمتها ووضعيتها المالية ونتائجها وفقا للنصوص الجاري بها العمل.

6- أن تحترم الالتزام بتقديم المعلومات المطلوبة والخضوع للمراقبة الإدارية المنصوص عليها في النصوص التشريعية والتنظيمية الجاري بها العمل.

وإذا كان المشرع المغربي قد تطلب شرط المنفعة العامة لتخويل جمعيات حماية المستهلكين صلاحية تمثيل المستهلكين أمام القضاء، فإن القانون الفرنسي اعتمد على مبدأ الترخيص الممنوح من طرف السلطات العمومية للجمعية في تمثيل فئة المستهلكين، وذلك بالنظر إلى وضعها المحلي أو الوطني، حيث حدد المرسوم الحكومي الصادر بتاريخ 6 ماي 1988 تحت رقم 88.586 والمتعلق برخص الجمعيات المتخصصة في مجال الدفاع عن حقوق المستهلكين، الذي تضمنته مدونة قانون الاستهلاك في المادة 1 – 411 L ثلاثة معايير، لتحقق مفهوم التمثيلية في الجمعيات التي تدعي الدفاع عن حقوق المستهلكين وهي كالتالي :

هـــذا، ولـــم تقتصـــر المـــادة 174 مـــن مشـــروع قـــانون حمايـــة المســـتهلك المغربـــي، للحكـــم بوقـــف الإعـــلان رفـــع طلـــب مـــن النيابـــة العامـــة أو المطالـــب بـــالحق المـــدني، بـــل خولـــت للمحكمـــة أن تـــأمر تلقائيـــا بوقـــف الإعـــلان ولـــو لـــم يطلـــب منهـــا ذلـــك، شـــأنه فـــي ذلـــك شـــأن المشـــرع الفرنســـي في المادة 3 – 121 L من قانون الاستهلاك الفرنسي[191].

ثانيا: طلب رفع وقف الإعلان وطرق الطعن فيه

إن اعتبـــار الحكـــم القضـــائي عنوانـــا للحقيقـــة وإضـــفاء صـــفة الحجيـــة المطلقـــة عليـــه، يفرضـــان تـــوفير الوســـائل والضـــمانات التـــي تســـاعد علـــى أن يكـــون مضـــمون الحكـــم مطابقـــا للواقـــع، لتتحقـــق بـــذلك العدالـــة

- يجب أن يمر على إنشاء الجمعية مدة سنة على الأقل.
- يجب أن يكون نشاطها عموميا و حقوقيا في مجال الدفاع عن حقوق المستهلكين.
- يجب أن تتسع قاعدة الجمعية لتضم فئة عريضة من المستهلكين.

ويمنح الاعتماد أو الترخيص لفائدة الجمعيات التي يغطي نشاطها التراب الوطني بموجب قرار وزاري، أما بالنسبة للجمعيات المحلية فيتم ذلك بمقتضى قرار يصدر عن ممثل السلطة العمومية على صعيد المقاطعة أو الإقليم، ويمتد العمل بالترخيص أو الاعتماد لمدة خمس سنوات قابلة للتجديد.

–للمزيد من التفصيل حول دور جمعيات حماية المستهلكين، أنظر:

Bendraoui Abderrahim, " La protection du consommateur au Maroc", Thése pour le doctorat droit des affaires, Université Mohamed V, Agdal-Rabat,2000; **Elhamdaoui Hanan**, La protection du consommateur au Maroc, Mémoire pour l’obtention du diplôme des études supérieures approfondies, Droit des affaires, Université Hassan II- Ain chock, Faculté des sciences juridiques économique et sociales de casablanca,2005/2006.P :139

وراجع كذلك: **الهيني محمد**، " إشكالية تمثيل جمعيات حماية المستهلكين أمام القضاء"، مقال منشور بمجلة في رحاب المحاكم، العدد2، 2009، ص:28 وما يليها.

[191] – تنص المادة 3 – 121 L من قانون الاستهلاك الفرنسي على أنه :

" La cessation de la publicité peut être ordonnée par le juge d'instruction ou par le tribunal saisi des poursuites, soit sur réquisition du ministre public, soit d'office …".

التـــي تقتضـــي أن تكـــون الحقيقـــة القانونيـــة التـــي يعلنهـــا الحكـــم هـــي نفـــس الحقيقة القائمة على أرض الواقع[192].

ومـــن بـــين هـــذه الوســـائل أو الضـــمانات نجـــد طـــرق الطعـــن فـــي الأحكام إذا ما شابها أخطاء لتداركها.

وطـــرق الطعـــن التـــي نظمهـــا القـــانون، منهـــا مـــا يعيـــد القضـــية إلـــى الدراســـة والمناقشـــة مـــن جديـــد بجميـــع عناصـــرها الواقعيـــة والقانونيـــة وتســـمى الطـــرق العاديـــة للطعـــن، ومنهـــا مـــا لا يســـمح فيـــه للطـــاعن إلا بإثارة وسائل خاصة ومحددة في القانون وتسمى بالطرق غير العادية.

ومـــا يهمنـــا فـــي هـــذا الإطـــار هـــو طـــرق الطعـــن العاديـــة، لأن المشـــرع المغربـــي ســـمح للمحكـــوم عليـــه بوقـــف الإشـــهار فـــي حالـــة رفـــض رفـــع المنـــع أن يلجـــأ إلـــى هـــذا النـــوع مـــن الطـــرق فقـــط دون طـــرق الطعـــن غير العادية[193].

هـــذا وتشـــمل طـــرق الطعـــن العاديـــة التعـــرض والاســـتئناف، وكلاهمـــا يـــؤدي إلـــى نشـــر القضـــية مـــن جديـــد بوقائعهـــا الماديـــة وعناصـــرها القانونيـــة، ويحـــق للطـــاعن كمبـــدأ عـــام أن يثيـــر جميـــع الطلبـــات ووســـائل الدفاع التي كان له الحق في التمسك بها قبل الطاعن.

---

[192] – **الخمليشي أحمد**، شرح قانون المسطرة الجنائية – الجزء الثاني ، الطبعة الأولى، درا نشر مكتبة المعارف، الرباط، 1980، ص: 287.

[193] – حسب مقتضيات الفقرة الثانية من الفصل العاشر من قانون زجر الغش في البضائع والتي تقابلها المادة L 121 – 3 من قانون الاستهلاك الفرنسي.

بنـــاء علـــى ذلـــك تكـــون طـــرق الطعـــن فـــي الحكـــم القاضـــي بـــرفض رفع وقف الإعلان هي :

- التعرض
- والاستئناف

1- التعرض :

التعـــرض كطريـــق مـــن طـــرق الطعـــن العاديـــة، لا يكـــون إلا علـــى الأحكـــام الغيابيـــة[194]، ويكـــون الحكـــم غيابيـــا فـــي الحالـــة التـــي يتخلـــف فيهـــا المـــدعى عليـــه عـــن الحضـــور بعـــد اســـتدعاء قـــانوني يوجـــه إلـــى موطنـــه أو محل إقامته أو إلى القيم دون أن يتسلمه هو شخصيا[195].

وبالتـــالي يتعـــين علـــى الطـــاعن فـــي حكـــم رفـــض وقـــف الإعـــلان أن يســـتعمل مكنـــة التعـــرض داخـــل أجـــل عشـــرة أيـــام مـــن اليـــوم المـــوالي

---

194 – وذلك دون الأحكام الحضورية وبمثابة أحكام حضورية. و الحكم الحضوري هو الذي يصدر في مواجهة الخصم، ويكون الحكم قد صدر في مواجهة الخصم إذاكان قد حضر جميع جلسات المرافعة وبوشرت جميع إجراءات التحقيق النهائي في حضوره و أتيحت له فرصة لإبداء دفاعه. ويستوي في ذلك أن يكون حضوره بنفسه أو بوكيل عنه في الأحوال التي يجيز فيها القانون ذلك، كما يستوي حضوره جلسة النطق بالحكم أو تغيبه.

للمزيد من التفصيل أنظر: **سلامة مأمون محمد،** قانون الإجراءات الجنائية، الجزء الثاني، الطبعة الثانية، 2005.

و يكون الحكم بمثابة حضوري في الحالات الآتية:

– في الحالة التي يطلب فيها المتهم أن تجري المناقشات في غيبته وتوافق المحكمة على طلبه.

– إذا توصل المتهم شخصيا بالاستدعاء وتخلف عن الحضور بدون عذر مقبول.

– إذا تعرض المتهم على الحكم الغيابي، وعند استدعائه للبت في تعرضه يتخلف عن الحضور دون عذر مقبول.

– إذا حضر المتهم المناقشات دون جلسة النطق بالحكم التي لم يبلغ تاريخها.

حول ذلك أنظر: **الخمليشي أحمد،** شرح قانون المسطرة الجنائية، الجزء الثاني، م.س، ص: 288

195 - **أبو المعاطي حافظ أبو الفتوح،** شرح قانون المسطرة الجنائية، الطبعة الأولى، 1982 ص : 350

ليوم تبليغ الحكم الغيابي للمعني بالأمر[196]، وذلك طبقا لمقتضيات المادة 393 من قانون المسطرة الجنائية التي تنص على أنه :

((يجوز التعرض على الحكم الغيابي بتصريح يقدمه المحكوم عليه أو دفاعه لكتابة الضبط في ظرف عشرة أيام التي تلي التبليغ)).

ويتم التبليغ بالطرق المنصوص عليها في المواد 37 و 38 و 39 من قانون المسطرة المدنية[197].

هذا ويترتب على التعرض بطلان الحكم الغيابي المتعرض، وإعادة مناقشة القضية من جديد أمام المحكمة وفقا لمقتضيات المادة 394 قانون المسطرة الجنائية[198].

2- الاستئناف :

الاستئناف مثل التعرض من الطرق العادية للطعن يؤدي إلى إعادة مناقشة الدعوى من الناحيتين الموضوعية والقانونية، ومع ذلك

---

196 – إذا كان حق التعرض ينقضي بمرور عشرة أيام على التبليغ، فإن المحكوم عليه يملك هذا الحق بمجرد صدور الحكم عليه غيابيا، ولذلك يمكن له تقديم التعرض من قبل تبليغ الحكم إليه.

للمزيد من التفصيل راجع: **الخمليشي أحمد** ، شرح قانون المسطرة الجنائية – الجزء الثاني، المرجع السابق ، ص 289 و 290؛ **أبو المعاطي حافظ أبو الفتوح**، م.س، ص : 350

197 – ظهير شريف بمثابة قانون رقم 1.74.447 بتاريخ 28 شتنبر 1974، منشور بالجريدة الرسمية عدد 2303 صدر بتاريخ 30 شتنبر 1974 – ص 2741، حول طرق التبليغ راجع: **الطالب عبد الكريم**،"الشرح العملي لقانون المسطرة المدنية "، الطبعة الخامسة، المطبعة الوطنية، مراكش، ، أبريل 2009، ص: 178 وما يليها.

198 – تنص المادة 394 من قانون المسطرة الجنائية أنه : ((يترتب عن التعرض المقدم من طرف المتهم بطلان الحكم الصادر عليه غيابيا في مقتضياته الصادرة بالإدانة ...)).

فهمـــا يختلفـــان فـــي أن التعـــرض يقـــدم إلـــى نفـــس المحكمـــة مصـــدرة الحكـــم المتعـــرض عليـــه، بينمـــا الاســـتئناف يقـــدم إلـــى محكمـــة أعلـــى درجـــة مـــن المحكمـــة مصـــدرة الحكـــم المســـتأنف، فهـــو يســـتلزم نظـــام التقاضـــي علـــى درجتين[199].

والأجـل الـذي يتعـين علـى المحكـوم عليـه بـرفض طلـب رفـع منـع الإشـهار هـو عشـرة أيـام تبتـدئ مـن تـاريخ النطـق بـالحكم، إذا صـدر بعـد مناقشـات حضـورية فـي الجلسـة بحضـور الطـرف أو مـن يمثلـه أو إذا وقع إشعار أحدهما بيوم النطق به[200].

ويـتم تقـديم الطعـن بالاسـتئناف أمـام غرفـة الجـنح الاسـتئنافية، بواسـطة تصـريح يقـدم إلـى كتابـة الضـبط بالمحكمـة التـي أصـدرت الحكم.

هـذا ويترتـب علـى الطعـن فـي الحكـم بالاسـتئناف القاضـي بـرفض رفـع وقـف الإشـهار امتنـاع تنفيـذ الحكـم المطعـون فيـه مـن جهـة، لأن الطعـن يحـول بينـه وبـين اكتسـاب صـفته النهائيـة التـي هـي ضـرورية لإمكـان التنفيـذ، وهـو مـا يسـمى بـالأثر الواقـف للاسـتئناف، ومـن جهـة أخـرى نقـل القضـية موضـوع الحكـم بوقائعهـا وعناصـرها القانونيـة إلـى محكمـة الاسـتئناف بصـفتها محكمـة درجـة ثانيـة، وهـي بـذلك تصـدر حكمـا جديـدا فـي موضـوع واقعـة الإعـلان محـل النـزاع التـي سـبق

199 – **الخمليشي أحمد**، شرح قانون المسطرة الجنائية، الجزء الثاني، المرجع السابق، ص 301.

200 – وذلك حسب مقتضيات الفقرة الأولى من المادة 400 من قانون المسطرة الجنائية.

للمحكمة الابتدائية أن فصلت فيها، وهذا ما يعبر عنه بالأثر الناقل للاستئناف[201].

بقي أن نشير في ختام دراستنا لطرق الطعن في رفض طلب رفع منع الإشهار إلى أن الغرفة الجنحية أو غرفة الجنح الاستئنافية المرفوعة إليها الطلب تبت في الطعن داخل أجل لا يتجاوز عشرة أيام ابتداء من تاريخ التوصل بالملف[202].

---

201 – **البيهي الحبيب**، شرح قانون المسطرة الجنائية الجديد، الجزء الأول، الطبعة الثانية، دار القلم للنشر، الرباط، 2006، ص : 222 – 223.

202 – تنص الفقرة الأخيرة من المادة L 121 – 3 من قانون الاستهلاك الفرنسي على أنه :

" la chambre de l'instruction ou la cour d'appel statue dans un délai de dix à compter de la réception des pièces ".

وهي ذات المقتضيات التي ضمنها مشروع القانون المغربي المتعلق بحماية المستهلكين في الفقرة الخامسة من المادة 174 التي تنص على أنه : ((تبث الغرفة الجنحية وغرفة الجنح الاستئنافية في الطعن داخل أجل لايتجاوز عشرة أيام ابتداء من تاريخ التوصل بالملف)).

خاتمة

على الرغم من محاولة القانون رقم 13.83 المتعلق بالزجر عن الغش في البضائع تكريس مجموعة من القيم الأخلاقية، مثل الشفافية و الاستقامة و النزاهة و نظرا لما لها من آثار إيجابية على إنعاش الحركة في السوق، و الذي يظهر جليا من خلال إلزامه بعدم الإعلان إلا عن المنتجات أو الخدمات التي تكون مطابقة لما ينتظره المستهلكون وبالتالي تجريم الإشهار المضلل، فإن التطور الحاصل في المعاملات التجارية الذي أدى إلى ظهور أنماط جديدة في وسائل الترويج، و ما قد يصاحبها من آثار سلبية نتيجة الاستعمال غير السليم لها، لم تعد المقتضيات الزجرية المضمنة في الفصل العاشر من قانون زجر الغش في البضائع كافية لتوفير الحماية الحقيقية للمستهلك جنائيا من الإشهار المضلل حيث العقوبة لا تتجاوز 7200 درهم فضلا عن عدم تنظيم إجراءات منع الإشهار المضلل بدقة، وهو ما يفتح الباب على مصراعيه أمام تجاوزات خطيرة من طرف المهنيين في هذا المجال، من شأنها الإضرار بكافة الفاعلين في السوق.

و لذلك نقترح :

- ضـــرورة إصـــدار تقنـــين خـــاص يتعلـــق بحمايـــة المســـتهلكين الـــذين يقعـــون ضـــحية الإشـــهار المضـــلل فـــي ظـــل قصـــور النظـــام القانوني الحالي.
- ضـــرورة إعـــادة النظـــر فـــي المقتضـــيات التـــي تجـــرم الإشـــهار المضـــلل، مـــن إعطـــاء إيـــلاء هـــذا المجـــال العنايـــة التـــي يســـتحقها، نظـــرا للآثـــار الوخيمـــة التـــي تترتـــب عـــن الإشـــهار المضـــلل و التـــي تشمل كل الفاعلين في السوق من مهنيين و مستهلكين.
- تأكيـــد دور الأجهـــزة المكلفـــة بحمايـــة المســـتهلك، و تفعيـــل دور الجمعيـــات و الهيـــآت المتعلقـــة بحمايـــة المســـتهلك فـــي مجـــال الوقاية من الإشهار المضلل.
- تكثيـــف الجهـــود فـــي الوســـط الاســـتهلاكي المغربـــي، و تثقيـــف المســـتهلك لكـــي يســـتقل بنفســـه عنـــد اتخـــاد القـــرار لشـــراء الســـلع أو الخـــدمات المعلـــن عنهـــا، و اختيـــار مـــا يناســـب حاجاتـــه و يلائـــم رغباتـــه، مـــن أجـــل تفـــادي الوقـــوع فـــي المشـــاكل أو الســـلبيات التـــي قد تنتج عن استعمال طرق الدفاع الذاتي.

لائحة المراجع

المراجع العامة:

- **المعاجم:**

❖ **ابن منظور** – لسان العرب – المجلد الثاني عشر، الطبعة السادسة، دار صادر، لبنان 1997.

❖ **الزبيدي محمد مصطفى**، تاج العروس من جواهر القاموس، نشر دار مكتبة الحياة، بيروت.

❖ **سهيل إدريس**، المنهل: فرنسي–عربي، نشر دار الآداب، بيروت،2000.

- **المؤلفات:**

❖ **أبو المعاطي حافظ أبو الفتوح**، شرح قانون المسطرة الجنائية ، الطبعة الأولى، دون دار النشر، 1982

❖ **البيهي الحبيب**، شرح قانون المسطرة الجنائية الجديد ، الجزء الأول، الطبعة الثانية، دار القلم للنشر، الرباط، 2006.

❖ **الطالب عبد الكريم**، الشرح العملي لقانون المسطرة المدنية، الطبعة الخامسة، المطبعة الوطنية مراكش، ، أبريل 2009.

❖ **الكزبري مأمون**، النظرية العامة للالتزامات في قانون الالتزامات و العقود المغربي، الجزء الأول، الطبعة الثانية، 1972.

❖ **السنهوري عبد الرزاق أحمد**، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، المجلد الأول، نظرية الالتزام بوجه عام، مصادر الالتزام، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2000.

❖ **العبدلاوي ادريس العلوي**، شرح القانون المدني، النظرية العامة للالتزام، نظرية العقد، الطبعة الأولى، 1996.

❖ **العلمي عبد الواحد**، شرح القانون الجنائي المغربي – القسم العام – دراسة في المبادئ العامة التي تحكم الجريمة والمجرم والعقوبة والتدبير الوقائي، مطبعة النجاح الجديدة – الدار البيضاء، طبعة 2007.

❖ **الشورابي عبد الحميد**، شرح قانون العقوبات، منشأة المعارف الاسكندرية، 1991.

❖ **الخمليشي أحمد**، شرح القانون الجنائي، القسم العام، الطبعة الأولى، مكتبة المعارف، الرباط، 1985.

❖ **الخمليشي أحمد**، شرح قانون المسطرة الجنائية، الجزء الثاني، الطبعة الأولى، نشر دار مكتبة المعارف، الرباط سنة 1980.

❖ **الخمليشي أحمد**، شرح قانون المسطرة الجنائية، الجزء الأول، الطبعة الثانية، نشر دار المعرفة، الرباط، 2001.

❖ **معلال فؤاد**، شرح القانون التجاري المغربي الجديد، الجزء الأول، الطبعة الثالثة، 2009.

❖ **مرقس سليمان**، الوافي في شرح القانون المدني، المجلد الأول، مطبعة السلام، القاهرة، 1989.

❖ **سلامة مأمون محمد**، قانون الإجراءات الجنائية ، الجزء الثاني، دون دار النشر، 2005.

- **المراجع الخاصة:**

❖ **البودالي محمد**، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديثة، القاهرة،2006.

❖ **الزقرد أحمد سعيد**، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية،2007.

❖ **الناشف انطوان**، الإعلانات و العلامات التجارية بين القانون و الاجتهاد ، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت–لبنان، 1999.

❖ **السيد عمران السيد محمد**، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشأة المعارف، الاسكندرية، 1986.

❖ **العلاق بشير عباس**، الترويج و الإعلان، الطبعة الأولى، دار اليازوري للنشر، عمان،1998.

❖ **الصحن محمد فريد**، الإعلان، الدار الجامعية للنشر، بيروت،1988.

❖ **الشرنباصي رمضان علي**، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، مطبعة الأمانة، بيروت،1404هـ.

❖ **الغماري جواد**،جرائم الغش في البضائع، الطبعة الثانية، صوماديل للنشر، 2002.

❖ **اسماعيل محمد عبد الشافي**، الإعلانات التجارية الخادعة، و مدى الحماية التي يكفلها المشرع الجنائي للمستهلك، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، 1999.

❖ **بن بوخميس بولحية**، القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، عين مليلية الجزائر،2000.

❖ **منديل عبد الجبار**، الإعلان بين النظرية و التطبيق، مطبعة الإرشاد، بغداد 1971.

❖ **عبد الفضيل محمد أحمد**، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، مكتبة الجلاء الجديدة،المنصورة،1991 .

❖ **عيساوي أحمد**، الإعلان من منظور إسلامي، الطبعة الأولى، سلسلة كتاب الأمة، قطر، 1999.

❖ **قشقوش هدى حامد**، الإعلانات غير المشروعة في نطاق القانون الجنائي، دار النهضة العربية، 1980.

❖ **راشد أحمد عادل**، مبادئ التسويق وإدارة المبيعات، نشر دار النهضة العربية، بيروت، 1980.

- الرسائل والأطروحات:

❖ **أبو طه خالد توفيق**، حماية المستهلك في العقود الالكترونية، رسالة لنيل دبلوم الدراسات العليا المعمقة في القانون الخاص، جامعة محمد الأول،كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية وجدة،2008/2007.

❖ **أبران أحمد**، حماية رضا المستهلك في ضوء القواعد العامة و الخاصة، رسالة لنيل دبلوم الدراسات العليا المعمقة في قانون الأعمال،جامعة محمد الأول، كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية وجدة، 2000.

❖ **الأنصاري أبو بكر أحمد**، الحماية الجنائية للمستهلك، أطروحة لنبل دكتوراه الدولة في القانون الخاص، جامعة الحسن الثاني، كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية الدار البيضاء،1997/1996

❖ **الفارسي مفيد**، حرية الأسعار والمنافسة في التشريع المغربي، رسالة لنيل دبلوم الدراسات العليا في القانون الخاص، جامعة محمد الأول، كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية وجدة، السنة الجامعية 2002/2001.

❖ **مهم أبو بكر**، الوسائل الوقائية لحماية المستهلك، أطروحة لنيل الدكتوراه في الحقوق شعبة القانون الخاص، جامعة الحسن الثاني، كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية الدار البيضاء، 2004/2003.

❖ **مياد العربي**، إشكالية التراضي في العقود الإذعان، أطروحة لنيل دكتوراه الدولة في القانون الخاص، جامعة محمد الخامس كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، أكدال، الرباط 2000/2001.

❖ **منير مهدي**، المظاهر القانونية لحماية المستهلك، أطروحة لنيل الدكتوراه في القانون الخاص، وحدة البحث والتكوين، قانون الأعمال، جامعة محمد الأول، كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية وجدة، 2005.

❖ **متوكل حياة**، المسؤولية الجنائية للمسير الفعلي في القانون المغربي و القانون المقارن، جامعة محمد الخامس، كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية السويسي- الرباط،2008/2007.

❖ **فلاح خدوج** ، المسؤولية الجنائية للمسير في شركات المساهمة، أطروحة لنيل الدكتوراه في الحقوق شعبة القانون الخاص، جامعة الحسن الثاني، كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية الدار البيضاء، 2004/2003.

❖ **عمر قريوح**، الحماية القانونية لمستهلكي السلع و الخدمات، رسالة لنيل دبلوم الدراسات العليا المعمقة في قانون الأعمال،جامعة محمد الأول، كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية وجدة، 2000/1999.

- **المقالات:**

❖ **الهيني محمد** ، إشكالية تمثيل جمعيات حماية المستهلك أمام القضاء، مجلة في رحاب المحاكم،العدد الثاني، شتنبر 2009.

❖ **الزقرد أحمد سعيد**، الحماية القانونية من الخداع الإعلاني في القانون الكويتي و المقارن، مجلة الحقوق، الكويت، العدد 4، 1995.

❖ **الكشبور محمد**، تقديم الندوة التي نظمتها كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية بالدار البيضاء، حول موضوع "القانون و الأخلاق، منشور بالمجلة المغربية لقانون و اقتصاد التنمية، عدد 2002/46.

❖ **العروصي محمد**، الحماية الجنائية من الإعلانات التجارية الخادعة، المجلة المغربية لقانون الأعمال و المقاولات، العدد 7، 2005.

❖ **بوفادي محمد**، حماية المستهلك في ضوء قانون زجر الغش في البضائع، مجلة محكمة، العدد الأول،2003.

❖ **دنيا مباركة**، الحماية القانونية لرضا مستهلكي السلع و الخدمات، المجلة المغربية للاقتصاد و القانون، وجدة 2001.

- ❖ **موالك بختة**، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية و السياسية، العدد 2، 1999.
- ❖ **منير مهدي**، المفهوم القانوني للاعلانات التجارية، مجلة القانون الاقتصادي، العدد الأول، دجنبر 2007.
- ❖ **منير مهدي**، التدليس و الغش في السلع و الخدمات بين الواقع الاقتصادي و حتمية الحماية القانونية، الجرائم المالية من خلال قرارات المجلس الأعلى، دار الطالبة وجدة، 31 ماي–فاتح يونيو 2007.
- ❖ **معلال فؤاد**، بعض مظاهر حماية المستهلك في القانون الجديد للملكية الصناعية، مجلة رحاب المحاكم – العدد 2 شتنبر 2009.
- ❖ **عكروت سمير**، الإشهار التجاري و حماية المستهلك، مجلة القضاء و التشريع، تونس، العدد 8، أكتوبر 2005.
- ❖ **فاتح كمال**، الحماية الجنائية للمستهلك في إطار قانون زجر الغش في البضائع، www.ampoc.net/kamal.htm
- ❖ **قوراري فتيحة محمد**، الحماية الجنائية للمستهلك من الإعلانات المضللة، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، العدد 3، 2009.
- ❖ **شعيبي محمد**، الحماية القضائية للمستهلك في مادة زجر الغش في البضائع– محاكم الدار البيضاء نموذجا–، مجلة القانون و الاقتصاد، أشغال ندوة حماية المستهلك بالمغرب، جامعة سيدي محمد بن عبد الله كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية، فاس، العدد العاشر.

المراجع بالفرنسية :

DICTIONNAIRES :

- **LAROUSSE** : Tome 3- libraire Larousse , Paris 1966
- **Le Petit Robert**

OUVRAGES GENERAUX:

- **Didier Jean**, droit pénal des affaires, 3e édition, Dalloz, 2003.
- **Larguier (J) et Conte (ph)**, droit pénal des affaires, Armand colin, 2004.
- **Machichi Med Drissi Alami**, Concurrence droits et obligations des Entreprise au Maroc, Casablanca : Eddif, 2004.
- **Schamp (G)**, la mise en danger : un concept fondateur d'un principe général de résponsabilité (analyse de droit comparé), éd Bruylant Bruxelles et L.G.D.J Paris 1988.
- **Stastak (F)**, Droit pénal des affaires, LGDJ, 2005.
- **Zeroual Abdelkébir**, Le droit de la distribution au Maroc – Adéquation ou inadéquation au développement, Edition Elmaârif Al jadida, Rabat 1991.

OUVRAGES SPECIAUX :

- **Aakr. David et Myers John G**, Advertising Management, Prentice-Hall, 1989.
- **Boudahrain Abdellah**, droit de la consommation au maroc , Edition al-Madariss 1999.
- **Bihl Luc**, Le droit Pénal de la consommation, Edition Nathon, 1989.
- **Calais Auloy Jean**, droit de la consommation, 4° édition, Dalloz, Paris 1996.
- **Calais Auloy Jean et Steinmetz Frank**, droit de la consommation, 9° édition, Dalloz 2000.
- **Fabre Régis**, **Bonnet-Desplan Marie-Pierre**, **Sermet Nadine**, **Genty Nicolas**, droit de la publicité et de la promotion des ventes, Edition Dalloz, 3éme édition 2006.
- **Ferrier Didier**, Traité de droit de la consommation, presses universitaires France, paris 1986.
- **Guinchard Serge**, la publicité mensongère en droit français et en droit pénal et en droit fédéral suisse, Paris, 1971, L.G.D.J.
- **Mayer Daniel**, Droit pénal de la publicité, Edition Masson, Paris,1979.
- **Merle et Vitu**, Traite de droit criminel, Droit pénal spécial, Tome I, Publicité mensongère, 1982,

- ❖ **Pizzio Pierre**, législation en matière de protection du consommateur, la loi 22 décembre 1972, et la protection du consommateur sollicité à domicile, R.T.D, Civ 1976.
- ❖ **Greffe** (**P**) **et Greffe** (**F**), la publicié et la loi, libraires techniques, paris 1983.
- ❖ **Robert Jaques- Henri et Matsoulou Haritini**, Traite de droit pénal des affaires, P.U.F, 2004.

Thèses et mémoires:

- ❖ **Baille** (**S**), le délit de publicité mensongère de la loi d'origine à la loi nouvelle du 27 XII 1973, Thèse pour le doctorat de 3ème cycle de droit économique, Université Toulouse, 1974.

- ❖ **Bendraoui Abderrahim**, La publicité mensongère et la protection du consommateur en droit marocain, Mémoire pour le diplôme d'Etudes Supérieures de droit privé, Université Mohamed V, Agdal-Rabat,1980.
- ❖ **Bendraoui Abderrahim**, La protection du consommateur au Maroc, Thése pour le doctorat droit des affaires, Université Mohamed V, Agdal-Rabat, 2000.
- ❖ **Boléat Alain**, la publicité Mensongère depuis la loi Du 27 décembre 1973, Thèse pour le doctorat de 3ème cycle

de droit économique. Université d'Orléans. Faculté de droit et des sciences économiques.

- **Bordes–Sue**, la publicité mensongère, Thése pour le doctorat de 3ème cycle de droit économique, Université Bordeaux I, 1974.
- **Elhamdaoui Hanane**, la protection du consommateur au Maroc, Mémoire pour l'obtention du diplôme des études supérieures approfondies, Droit des affaires, Université Hassan II- Ain chock, Faculté des sciences juridiques économique et sociales de casablanca,2005/2006.

Articles:

- **Chavanne**, Escroquerie, J. CI, pén, art 405, Fasc, 2, 1973, m. à.j.1976.
- **Chavanne**, publicité fausse ou de nature à induire en erreur, JCP, 1994
- **Decroux (P)**, la publicité mensongère et la protection du consommateur, R.J.P.E.M, N°7, 1980.
- **Divier**, Cour de cassation, arrêt 16 octobre 1974, juris classeur, périodique, édition semaine juridique n° 17958.
- **Fateh Kamal**, Le rôle de la jurisprudence au niveau de la répression des fraudes, AlMilaf, 2006.

❖ **Fourgoux Jean–Claude**, la publicité mensongère délit intentionnel, Gazette du Palais, Doctrine, 8 Février 1977.
❖ **Fourgoux Jean–Claude**, Marques, publicité et tromperie, Gazette du palais, 1967, n° 1.
❖ **Giudicelli Andre**, publicité fausse ou de nature en erreu, revue de sciences criminelles, et de droit pénal compare, janvier – mars 1999.
❖ **Guérin Heinri**, publicité fausse – ou de nature à induire en erreur, Recueil Dalloz, V° publicité commerciale, 31 Aout 1988.
❖ **N'Guyen thanh Bourgeais et Revel**, la responsabilité du fabricant en cas de violation de l'obligation de renseigner le consommateur sur les dangers de la chose vendue, JCP 1975, doctrine n° 2679.
❖ **Paul BLANC François**, la qualification des infractions en matière de fraudes sur les marchandises(dahir du 5 octobre 1984), La Revue Marocaine de droit, N°11, Année 1987.
❖ **Peisse M**, la nouvelle répression de la publicité mensongère, Gazette du Palais, 1974.
❖ **R**. **Foures**, la mauvaise foi dans la publicité mensongère, Gazette du palais, 5 avril 1977, doctrine.

الفهرس